

**APPENDIX 1**

**A STUDY OF MARKETING MANAGEMENT IN RELATION  
TO STUDENTS' INTEREST TO JOIN AN ENGLISH COURSE**

**(A Qualitative Study at Lembaga Bahasa dan Pendidikan Professional  
(LBPP) LIA Surakarta in the Learning Period January – March 2009)**



**By:**

**FITA LITA ROHWIDHI**

**K.2205009**

**A THESIS**

**Submitted to the Teacher Training and Education Faculty of Sebelas Maret  
University to Fulfill One of the Requirements for Getting the Undergraduate  
Degree of Education in English**

**ENGLISH DEPARTMENT**

**TEACHER TRAINING AND EDUCATION FACULTY**

**SEBELAS MARET UNIVERSITY**

**2009**

## APPENDIX 1

### ABSTRACT

Fita Lita Rohwidhi. K2205009. **A study of marketing management in relation to students' interest to join an english course (a qualitative study at Lembaga Bahasa Dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta).** Thesis. Surakarta: English Department of Teacher Training and Education Faculty. Sebelas Maret University. 2009.

The research is qualitative study. The objectives of the research are (1) to study how marketing management is implemented in Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta and (2) to identify how far marketing management can attract the students' interest to join Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta. The problems of the research are (1) how is marketing management implemented in Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta and (2) how far marketing management can attract the students' interest to join Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta.

The research was conducted in LBPP LIA Surakarta on 2009. The sources of the data cover events, documents and written documents. The data were collected through (1) naturalistic observation, (2) interview and (3) document analysis. In analyzing the data the writer used interactive model analysis including reducing the data, presenting the data and drawing conclusion.

The result of the research shows that (1) the objectives of the marketing management at LBPP LIA Surakarta are to get as many students as possible (2) the staffing of marketing is all staffs of LBPP LIA Surakarta and there is not a division of marketing, (3) the products of LBPP LIA Surakarta are five programs opened: English for children, English for teens, English for adult, English conversation, TOEFL preparation class, (3) the targets of the students are (a) the targets of students are all class compiled by the students; (b) there are the increasing of the students number for some periods; (c) the students have a good ability is spoken mastery; and (d) the total number of the students are two thousands students, (4) media used in the marketing are (a) the printed medias are brochure, leaflet, newspaper, sticker, note book, and seminar kit; (b) the electronic medias are television, radio, and internet; and (c) the social interaction like friends, family and other, (5) the marketing activities are sponsorships, social activities, scholarships, conferences, reading competition, and extracurricular activity, (6) the services of LBPP LIA Surakarta are (a) the teaching quality; (b) the services of the staffs and (c) students' facilities which include classrooms, television, tape recorder, white board, air conditioner, chair, work book, students' book, CD listening, magazine, sticker; (d) teachers' facilities are library, internet, indovision; and (e) Common facilities are canteen and toilet.

The research also shows the extent of marketing management attracts the students' interest to join LBPP LIA. Based on students' consideration, the quality of the course is the components that increase the students' interested to join an English course. The quality of the course includes the role of the teachers, facilities, methods, and the graduates which are influential. Based on the research findings, the theory constructed is that marketing management at LBPP LIA Surakarta attracted the students' interest to join LBPP LIA Surakarta in the case of (1) the media of marketing, (2) marketing activities and (3) the quality of the course involving the role of the teachers, facilities, methods, and the graduates.

## **APPENDIX 1**

### **APPROVAL**

This thesis has been approved by the consultants to be examined by the board of thesis examiner of the English Department of Teacher Training and Education Faculty, Sebelas Maret University Surakarta.

On : July 2009

By :

Consultant I

Consultant II

Dra. Dewi Rochsantiningsih, M.Ed, Ph.D.  
NIP: 19600918 198702 2 001

Prof. Dr. Joko Nurkamto, M.Pd  
NIP: 19610124 198702 1 001

### APPENDIX 1

This thesis has been examined by the board of Thesis Examiners and approved as a fulfillment of the requirements for obtaining an Undergraduate Degree of Education in English Department of Teacher Training and Education Faculty, Sebelas Maret University, Surakarta and has been accepted:

On : Surakarta

Date : July 2009

Board of Thesis Examiners:	Signature
1. Chairman : <u>Drs. Suparno, M.Pd</u> NIP. 19511127 198601 1 001	.....
2. Secretary : <u>Drs. Martono, M.A</u> NIP. 19600301 198803 1 004	.....
3. Examiner 1 : <u>Dra. Dewi Rochsantiningsih, M.Ed, Ph.D.</u> NIP: 19600918 198702 2 001	.....
3. Examiner 2 : <u>Prof. Dr. Joko Nurkamto, M.Pd</u> NIP. 19610124 198702 1 001	.....

Teacher Training and Education Faculty

Sebelas Maret University

The Dean,

Dr. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd  
NIP 19600727 198702 0 001

**APPENDIX 1****MOTTO**

*Sometimes our work feels small and insignificant, but remember a small ripple can gain momentum...and build a current that is insurmountable.*

([www.leadoutloud.com](http://www.leadoutloud.com))

## APPENDIX 1

### DEDICATION

This thesis is dedicated to:

- Ä *My beloved mother and father who always love and give me support to always stand up with my own leg.*
- Ä *My lovely sister, Anta Nurohmani Yuan Devi who taught me for being patient and motivated.*
- Ä *My grandfather in memory who taught me to be a strong woman in all situation.*
- Ä *My bright future, who taught me about love, loyal, smile, and comfort.*

## APPENDIX 1

### ACKNOWLEDGEMENT

Alhamdulillahirabbil'alamin. Praise be to Allah, The Almighty God that gives His blessing and help to the writer, so that she can accomplish her thesis. This study can not be from other people's help and guidance. Therefore, the writer wants to express her gratitude to those who had helped her in completing this thesis to:

1. The Dean of Teacher Training and Education Faculty and the Head of English Department of FKIP UNS, who has given approval and permission to the writer to write her thesis.
2. Dra. Dewi Rochsantiningasih, M.Ed, Ph.D as the first consultant and Prof. Dr. Joko Nurkamto, M.Pd as the second consultant, who has been willing to give guidance and advice as long as thesis's writing.
3. The secretary and the Academic and Operational Officer of LBPP LIA Surakarta who has helped the writer in doing the research.
4. Latif and Pak Yant who gave motivation, advices, and friendship for her.
5. M' Itok, Mb' Erlin and M' Harly who helped the writer in lending a computer to do the thesis.
6. My beloved friendships: Ratna, Indri, Novilia, Kurnia, Anis, Widaningrum, Deni, Vita, Makmuroh, Diana, Sukma, Asfitri, Rina, Ria, Dinar, Riyani, Kriana, Dewi, Ira, Permata, Andri, Tatik, Esthi, Ririn, Siti, Susi who love me without requirements.

The writer also thanks for every one who can not be mentioned one by one and give her helps direct and indirectly. The critics and comments will be accepted openly.

Surakarta, July 2009

FL

## APPENDIX 1

### TABLE OF CONTENT

PAGE OF TITLE.....	i
ABSTRACT .....	ii
PAGE OF APPROVAL .....	iii
PAGE OF LEGALIZATION .....	iv
MOTTO.....	v
DEDICATION.....	vi
ACKNOWLEDGEMENT .....	vii
TABLE OF CONTENT .....	viii
LIST OF APPENDICES .....	xi
LIST OF TABLES .....	xii

#### CHAPTER I INTRODUCTION

A. Background of the Study .....	1
B. Formulation of the Problems .....	7
C. Objectives of the Research .....	7
D. Benefits of the Research .....	8

#### CHAPTER II THEORETICAL ORIENTATION

A. Educational Organizations .....	9
1. The Nature of Educational Organization .....	9
2. The Types of Educational Organization .....	11
3. The Reason of People Join an Organization .....	17



## APPENDIX 1

B. Marketing Management of an English Course .....	19
1. The Nature of Marketing Management in Education .....	19
2. The Scope of Marketing Management .....	21
3. The Importance of Marketing Management .....	27
C. Interest of English Course Students .....	29
1. The Nature of Interest .....	29
2. The aspects of Interest .....	32
3. The Types of Interest .....	37
CHAPTER III. RESEARCH METHODOLOGY .....	36
A. Research Method .....	42
B. Time and Place of the Research .....	43
C. Sources of Data.....	43
D. The Technique of Data Collecting.....	44
E. The Technique of Data Analysis .....	46
F. Trustworthiness .....	48
CHAPTER IV. RESEARCH FINDING AND DISCUSSION .....	
A. Research Finding .....	50
1. Marketing Management at LBPP LIA Surakarta.....	50
a. The Objectives of Marketing Management .....	51
b. The Staffs of Marketing Management.....	54
c. The Products of Marketing Management .....	58
d. The Targets of Marketing Management .....	62
e. The Media Used in Marketing Management .....	64

## APPENDIX 1

f. The Marketing's Activities .....	70
g. The Services of LBPP LIA to the Students .....	75
2. The Extent of How Far Marketing Management Can Attract the Students' Interest to Join LBPP LIA Surakarta .....	78
B. Discussions .....	82
CHAPTER V CONCLUSION AND SUGGESTION	
A. Conclusion .....	89
B. Suggestion .....	92
BIBLIOGRAPHY .....	94
APPENDICES .....	100

## APPENDIX 1

### LIST OF TABLES

Table 1. 2	Ideal-Type Models of Normal and Non-Formal Education .....	14
Table 2. 2	Maslow's Hierarchy of Needs .....	31
Table 1. 3	The Interactive Model of Analysis .....	48
Table 1. 4	The Summary of Research Findings of the Description of LBPP LIA Surakarta .....	51
Table 2. 4	The Students' Number of LBPP LIA Surakarta on January 2009	62
Table 3. 4	The Students' Number of LBPP LIA Surakarta on October 2009	63
Table 4. 4	The Summary of Research Findings of the Extent of How Far Marketing Management Can Attract the Students' Interest to Join LBPP LIA Surakarta .....	77

**APPENDIX 1**  
**LIST OF APPENDICES**

Appendix 1. Alat Pengumpulan Data .....	101
Appendix 2. Interview's Transcripts.....	116
Appendix 3. Field Notes .....	165
Appendix 4. Documents Analysis .....	187
Appendix 5. Written Documents .....	196
Appendix 6. Photographs .....	211
Appendix 7. Letter of Permission.....	227

**APPENDIX 1**  
**CHAPTER I**  
**INTRODUCTION**

The writer discusses four main points in this chapter namely background of the study, formulation of the problems, objectives of the research, and benefits of the research.

**A. Background of the Study**

Nowadays, there is a policy of government about International Standard School in this country. International Standard School is developed by the National Education Department based on UU no 20 tahun 2003 pasal 50 ayat 3 about National Education System. It states that the government and the region government held minimal one educational unit in every education stages in order to be developed into International Standard School. According to Dinas Pendidikan (2008), International Standard School is an international school which prepares their students based on the education national standard in Indonesia with international quality and its graduates have international competition.

According to Dinas Pendidikan (2008), International Standard School has nine important characteristics that have been fulfilled by the school; they are accreditation of A, curricula, teaching learning process, evaluating, education, education officer, equipments, organizer, and budget estimate. The curriculum uses international curriculum and the teaching learning process is supported by Information and Communication Technology. There are some facilities involves

## APPENDIX 1

ICT : Smart Class Monitoring system, multimedia based content, multimedia computer laboratory, LCD projector, scanner, printer, compact disk, etc.

One of the programs of International Standard School is immersion program. Immersion program is the program which used English or the students' second language as the instructional language in the teaching learning process (Dinas Pendidikan, 2008). English is used as the instructional language in the teaching learning process. English skill is needed by the teachers to teach their students in the class for certain subject matters. The teachers have to able to convey the information through English as a means of communication with their students. Beside that, the students are prepared to be a good generation with advanced knowledge and skill to face the global competition. The students also have to use English in their teaching learning process. They require the medium to improve their proficiency.

There are some difficulties of the teachers and students in the teaching learning process. If the teachers do not have a good understanding in English skill, they will have some problems in conveying the teaching material, handling the teaching learning process and communicating with their students. Likewise the students who do not have a good understanding in English skill, they will be difficult in understanding the subject mater, catching their teacher' explanation and learning in the class. Therefore, there are many teachers, students and other society who want to increase their English mastery in order to follow the immersion program.

## APPENDIX 1

However, school can not fulfill the students' need toward English skill. Almost of the teachers in the school teach the common subjects matter such as science, language, social, art, economics, mathematics, physics, and geographic. The students are difficult in improving the specific skills such as conversation, listening and writing. Therefore the students look for the problems solving by joining some activities like private course, school English course, English course, training, English club, etc. One of them is the English course. The students from the International Standard School and from regular class join in the English courses in order to compete in improving their English mastery. Therefore, English course is developing better.

An English course is established as part of the non-formal education. According to Undang – Undang Nomor 20 tahun 2003, non-formal education refers to education which takes place outside of the formally organized school. However, the quality of non-formal education is similar or near with formal education. Therefore, the students allow to learn English skill in the English courses. There is the rule of government in relation to the non-formal education.

According to Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 in Indonesia, Pendidikan nonformal diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah, dan/atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat. Pendidikan nonformal berfungsi mengembangkan potensi peserta didik dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian profesional. Satuan pendidikan nonformal terdiri atas lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat, dan majelis taklim, serta satuan pendidikan yang sejenis.

## APPENDIX 1

The students' interested to join an English course can be seen through some indicators. First, the students' loyalties those always join to the same courses. In this case, they will be not interested to join the other although they are offered by many strengthens and benefits. Second, if the students are interested to the English courses because of some attractive programs, they will register to the course. The number of registration also shows the total number of the registrars. The more students join to a kind of program; the most interested factors are involved. Third, interest causes the students have a high motivation to learn English excitingly so that the teaching learning activities are going along smoothly.

The reasons of the students' interest to join an English course may vary from one to the others based on their objectives. The students' reasons to join an English course can be classified into two factors. They are the intern factors and extern factors. The intern factor includes motivation, need, personality, attention, motives, and attractiveness. The extern factor includes promotion, price, location, and distribution.

When we say that people have interest in a particular topic or activity, we mean that they find the topic or activity intriguing and enticing. Interest, then, is a form of intrinsic motivation. Positive affect accompanies interest; for example, people pursuing a task in which they are interested experience such feelings as pleasure, excitement, and liking (Hidi & Anderson, 1992).

When the students decide to join the English courses, they do not just join any kind of the English courses because of some considerations. It is like the credibility of the course, the feeling of prestige, the impressiveness of the course,



## APPENDIX 1

the price, the quality of the course, certificate, facilitates, building, the well known of the course, marketing management of the course, etc. Unfortunately, not of all the courses do not fulfill the criteria above. Among the courses above which fulfilled the criteria is LBPP LIA Surakarta.

One of the students' considerations to join an English course is marketing management. They are interested with the course may caused by the promotion which have done by the course. The scope of marketing are the activities of identifying the students' interest which will be satisfied, determining the appropriate price for certain products, determining the strategic ways for promoting, distributing and selling the products to the students. Therefore, the activities of marketing are the system which cannot be separated each other.

According to Bartol and Martin (1998: 5), management is the process of achieving organizational goals by engaging in the four major functions of planning, organizing, leading and controlling.

- a. Planning is the process of setting goals and deciding how best to achieve them.
- b. Organizing is the process of allocating and arranging human and nonhuman resources so that plans can be carried out successfully.
- c. Leading is the process of influencing others to engage in the work behaviors necessary to reach organizational goals.
- d. Controlling is the process of regulating organizational activities so that actual performance conforms to expected organizational standards and goals.

The broad concept of marketing management in an English course displays a big explanation about the process of distributing the products toward the students. The good strategy of marketing will try to increase the customers' interesting to buy their products. One of the strategies is promotion. Promotion

## APPENDIX 1

can be done with leaflet, brochures, road show, television programs, social activities, scholarships, competition, etc.

Webb (2009) writes that marketing education is a program of study designed to prepare individuals for initial and continuing employment and education in marketing, management and entrepreneurship. Another mission is to build an understanding of the wide range of social and economic responsibilities that accompany the right to engage in marketing in a free enterprise system.

How marketing management in LBPP LIA Surakarta so that the students are interested to join an English course is. Therefore the writer wants to investigate the role of marketing management in relation to students' interest to join LBPP LIA Surakarta. There are about 22 English courses in Surakarta, for example LBPP LIA Surakarta, Oxford English course, English First, LPIA, ELTI, English Lovers IEC, etc. However, the writer chooses to do research in LBPP LIA Surakarta because of some reasons.

There are some reasons of the writer to do research in LBPP LIA Surakarta. It is the well known English courses in the circles of high school students. Many students knew about this course because this course is established since 1959 in Indonesia. Some factors such as the cheapest cost, the best quality, the fun teaching methods and the complete facilities can attract the students' interest to join the course. The empiric data in LBPP LIA Surakarta shows that there are a great number of the students who join to the course. The number of the students in LBPP LIA on 1997 is 1763 students, on 1998 is 1817 students. It also has many cooperation with many companies and education institutions. LBPP LIA

## **APPENDIX 1**

Surakarta is a big education institution which has many branches all over in Indonesia. Many companies believe on the quality of the graduated students.

### **B. Formulation of the Problems**

Based on the background of the study above, the problems of the study are formulated as follow:

1. How is marketing management implemented in Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta?
2. How far can marketing management attract the students' interest to join Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta?

### **C. Objectives of the Research**

Based on the statement of the problems, the objectives of this research are aimed at:

1. To study how marketing management is implemented in Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta.
2. To identify how far marketing management can attract the students' interest to join Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta.

## **APPENDIX 1**

### **D. Benefits of the Research**

The result of the research is expected to be able to give benefits for the researcher, institution, teacher, and the students.

For the researcher, this research can be used as the comparative theory and the practice in the study. This research also gives some experiences relate the effects of marketing management toward the students' interest to join an English course.

For the institutions, this research can be used as the judgments and critics in planning and evaluating the management of marketing.

For the teachers, this research is expected to support them to be professionalism by implementing this research when they become the entrepreneurs.

For the students of LBPP LIA Surakarta, this research is expected to motivate them to learn English through English course intentionally. Because English course is one of places where people can develop and improve their English skill.

For the students of English Department of Teacher Training and Education Faculty, it can be used as a guide to the students who want to be the entrepreneurs in creating and managing their own English course.

**APPENDIX 1**  
**CHAPTER II**  
**THEORETICAL ORIENTATION**

This chapter consists of three main sections including educational organizations, marketing management of an English course, and interest of English course students.

**A. Educational Organizations**

This section will discuss about the nature of educational organizations, the types of educational organization and the reason of people join an organization.

**1. The Nature of Educational Organizations**

Before discussing educational organizations, it is better to see the definition of organization is. There are some experts that define the word organizations. According to Gibson (2004: 6), an organization is a coordinated unit consisting of at least two people who function to achieve a common goal or a set of goals. Gibson also writes that organizations are entities that enable society to pursue accomplishments that can not be achieved by individuals acting alone.

According to Hersey (1996: 364), organization is a group that has stated and formal goals. Organizations exist for various reasons and have different organizational goals. Organizational goals are targets toward which input, process, and output are directed; for example, make a 10 percent return on investment, help conquer hunger, or increase sales 20 percent during the current fiscal year. Hersey (1996: 365) also says that organization is two or more individuals who have stated and formal goals.

## APPENDIX 1

Lawrence and Lorsch in Cunningham and Corderio (2000: 122) describe organizations as the coordination of different activities of individual contributors to carry out planned transactions with the environment. The organization is a structure within which individuals work to pursue identified goals and objectives.

While, According to [philosopher of education](#) George F. Kneller in Wikipedia (2009), in its broad sense, education refers to any act or experience that has a formative effect on the mind, character, or physical ability of an individual. In its technical sense education is the process by which society, through schools, colleges, universities, and other institutions, deliberately transmits its cultural heritage - its accumulated knowledge, values, and skills--from one generation to another.

Wikipedia (2008) states that in educational psychology, educational organization is an [organization](#) within the scope of [education](#). It deals with the theory of organization as it applies to education of the human [mind](#). In [school reform](#), educational organization is the way an educational system operates. Educational organization may also refer to [nonprofit](#) agencies providing educational services.

There are the characteristics of an organization based on Winardi (2003: 15):

- a. An organization consists of many people.
- b. There are some interactions involved between the members.
- c. The interaction can be explained based on specific structure.
- d. Each organization has its own goal.

## **APPENDIX 1**

### **2. The Types of Educational Organizations**

#### **a. Formal Organization**

According to Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003, formal education is a kind of structured and gradual education which consists of primary education, high education and college. The types of education include common education, vocational, academic, profession, religion and specific education. The direction, stages, and types of education can be realized into educational unit which are hold by the government, region government and the society.

According to International Labor Organization (2008), Formal Organization refers to Teaching-learning situations are formal when provided in specialized institutions such as schools, vocational institutions, polytechnics, schools or institutions, colleges or universities, which exist solely for the purpose of teaching a clientele according to a set pattern. The pattern consists of such elements as grades or classes, prescribed syllabuses and time- tables, examinations, academic awards and so forth.

Cunningham and Cordeiro (2000) write that two important aspects of formal organizational structure are norms and roles. Scott in Cunningham and Cordeiro (2000) defines these two elements: norms are the two generalized rules governing behavior that specify, in particular, appropriate means for pursuing goals; and roles are expectations for or evaluative standards employed in assessing the behavior of occupants of specific social positions. Loveless and Jasin in Cunningham and Cordeiro (2000) writes that in addition to defining work roles and authority relations, formal organizations also explicitly define and codify such

## **APPENDIX 1**

details as the organization's channels of communication, policies and procedures, and norms and sanctions.

Wahab (2008) states that there are some characteristics of formal organization: 1) the activities' structure is arranged clearly; 2) communication in the formal organization is arranged in a good order based on the organizer; 3) formal organization is permanent relatively in order to get the widest objectives and long range plan; 4) formal organization is able to develop rapidly because of the raising of the specialization inside; 5) there are the personnel's substitution, elevation and stopping; 6) formal organization has norms as the policies including how to appointment of a chairman and personnel; 7) it is established rationally; 8) there are formal ways to solve the problems; 9) there are a hierarchy services within formal organization.

Smith (2001) states that formal education is the hierarchically structured, chronologically graded 'education system', running from primary school through the university and including, in addition to general academic studies, a variety of specialized programs and institutions for full-time technical and professional training. Faculty of Education (2008) states that formal learning refers to learning through a program of instruction in an educational institution, adult training centre or in the workplace, which is generally recognized in a qualification or a certificate.

### **b. Non-Formal Education**

According to Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 in Indonesia, non-formal education is held for the societies who need education services as



## **APPENDIX 1**

replacement, addition and supplement of formal education in the form of supporting long life education. It is functioned to develop the students' ability in case of mastery the functional knowledge and skill, and develop the professionalism. Non-formal education consists of live skill training, early childhood education, early child education, the equality degree and other education which is supposed to develop the students' ability. The non-formal education unit consists of course organization, training organization, study group, society learning centre, etc. The course and training is held for people who require knowledge, skill and attitude to develop their carrier and advanced education. The non-formal graduated is accredited equal with the formal graduated after the process of accreditation of value by institution of government based on the education national standard. The role of implementation non-formal education intended in the verses above will be regulated by the government regulation.

According to Smith (2001), non-formal education is any organized educational activity outside the established formal system - whether operating separately or as an important feature of some broader activity - that is intended to serve identifiable learning clienteles and learning objectives. Stephen (1999) states non-formal education refers to education which takes place outside of the formally organized school. Most typically, the term or phrase non-formal education is used to refer to adult literacy and continuing education for adults. This education is called non-formal because: it is not compulsory, it does not lead to a formal certification, and it may or may not be state-supported.

## APPENDIX 1

Fordham in Smith (2001) suggests that there are four characteristics came be associated with non-formal education: 1) Relevance to the needs of disadvantaged groups, 2) Concern with specific categories of person, 3) A focus on clearly defined purposes, and 4) Flexibility in organization and methods.

Simkins in Smith (2001) analyses non-formal education programs in terms of purposes, timing, content delivery systems and control, and contrasted these with formal educational programs. The resulting ideal-types provide a useful framework - and bring out the extent to which non-formal education initiatives, while emphasizing flexibility, localness and responsiveness remain located within a [curricula](#) form of education.

Table 1.2 Ideal-Type Models of Normal and Non-Formal Education

	<b>Formal</b>	<b>Non-Formal</b>
<b>Purposes</b>	a. Long-term and general b. Credential-based	a. Short-term and specific b. Non-credential-based
<b>Timing</b>	Long cycle / preparatory / full-time	Short cycle / recurrent / part-time
<b>Content</b>	a. Standardized / input centered b. Academic c. Entry requirements	a. Individualized / output centered b. <i>Practical</i> c. Clientele determine entry requirements
<b>Delivery System</b>	a. Institution-based, isolated from environment. b. Rigidly structured, teacher-centered and resource intensive	a. Environment-based, community related. b. Flexible, learner-centered and resource saving
<b>Control</b>	External / hierarchical	Self-governing / democratic

Picture 1. Ideal-Type Models of Normal and Non-Formal Education (Adapted by Fordham 1993 from Simkins 1977: 12-15)

According to International Labor organization (2008), Non-Formal Education is a world-wide phenomenon, systematic out- of-school activities designed to meet specific learning needs which are to be found in developed and

## **APPENDIX 1**

developing countries alike. The characteristics of non-formal education are: 1) Attempt to fulfill immediate and practical needs, 2) Occur outside school, 3) Adopt to individual needs, 4) Change as learning needs change, 5) Serve voluntary students populations, 6) Involve part-time study, and 7) Cost less than formal education and have flexible criteria for admission.

### **c. Informal Education**

According to Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003, informal education is a kind of family and environment education. Informal education activity is done by family and environment alone. The informal graduated is equal accredited with the non-formal and formal education after the students passing the examination based on the education national standard. The rule of approved graduated for informal education will be regulated by the government regulation.

According to Smith (2001), informal education can be defined as the truly lifelong process whereby every individual acquires attitudes, values, skills and knowledge from daily experience and the educative influences and resources in his or her environment - from family and neighbors, from work and play, from the market place, the library and the mass media. Werquin in Organization for Economic Co-operation and Development (2008) states that informal learning is never organized has no set objective in terms of learning outcomes and is never intentional from the learner's standpoint. Often it is referred to as learning by experience or just as experience. The idea is that the simple fact of existing constantly exposes the individual to learning situations, at work, at home or during leisure time for instance.

## **APPENDIX 1**

Hicks in Wahab (2008) states informal organization is a tie of togetherness, established willingly by the members in order to get the affiliation satisfaction. Barnard in Wahab (2008) writes that the member of informal organization gathers to get the affiliation misses, the solidarity to fulfill the social instinct or social security.

Syaiful Sagala (2008) writes that informal organization consists of the informal relationship of the members from different formal group, which the established can be avoided. Hicks and Gullet in Syaiful Sagala (2008) states that informal organization does not emphasize at the control of management like the formal organization, in consequence that the chairman can not avoid the established or stopping the other informal organization.

Hoy and Miskel (2001: 85) writes that informal organization is a system of interpersonal relations that forms spontaneously within all formal organizations. International Labor Organization (2008) states that there are some informal teaching- learning situations in the society are communicating skills, both verbal and non-verbal, as well as etiquette, customs, family and social relations, familiarity with environment and, even religious beliefs and rites are all acquired by a child through these informal channels. So do adults continue to benefit from the informal education provided by newspapers, periodicals and books, radio and television, and social contacts relating to political and cultural activities.

## APPENDIX 1

### 3. The Reason of People to Join an Organization

According to Wursanto (2003: 7), people join into one or more organizations based on the same reasons in order to satisfy their need. They have same reasons relates of some reasons:

a. Sense of security

Wursanto (2003: 7) states that an organization can give the sense of security of security toward the member, including:

- 1) The sense of security expressing the talented in an organization.
- 2) The feeling of a square deal with the same member in the organization.
- 3) The feeling of regarded as a member in the organization.
- 4) The guarantee of having the free initiative in the organization.
- 5) The safety guarantee in taking the duty.

b. Solve the problems

An organization can help someone to solve their problems, such as economics, politics, law and education (Wursanto, 2003: 7).

c. Prestige and social standing

An organization can give the prestige and social standing for the member (Wursanto, 2003: 7).

d. Motivation

An organization can give support and motivation for the member (Wursanto, 2003: 7).

## APPENDIX 1

e. Increasing the achievements

An organization can give the guidance for the member in increasing the achievements (Wursanto, 2003: 7).

f. Satisfying

An organization can give the physics, psychology and social satisfaction to the member (Wursanto, 2003: 8).

g. Help

An organization can help the member in solving the problems (Wursanto, 2003: 8).

According to Wursanto (2003: 7), if an organization can satisfy the member, it means that the organization can fulfill the people's need. Therefore, people join an organization based of their purpose and reason. There are some motives of people to join an organization:

- a. Getting the constant income.
- b. Getting the Sense of security.
- c. Having the experiences from themselves and other.
- d. Developing the carrier based on their ability.
- e. Getting the prestige.
- f. Getting the guidance from other who had the more experiences.
- g. Increasing the achievement.
- h. Having society.
- i. Acted as an honorary people.

## **APPENDIX 1**

### **B. Marketing Management of an English Course**

There are three points to be discussed in this section. They include the nature of marketing management in education, the scope of marketing management, and the importance of marketing management.

#### **1. The Nature of Marketing Management in Education**

According to Bartol and Martin (1998: 5), management is the process of achieving organizational goals by engaging in the four major functions of planning, organizing, leading and controlling. In this section, the writer states a brief overview of the four functions based Bartol and Martin (1998: 6-7).

- a. Planning is the process of setting goals and deciding how best to achieve them.
- b. Organizing is the process of allocating and arranging human and nonhuman resources so that plans can be carried out successfully.
- c. Leading is the process of influencing others to engage in the work behaviors necessary to reach organizational goals.
- d. Controlling is the process of regulating organizational activities so that actual performance conforms to expected organizational standards and goals.

One of management is management of marketing. The broad concept of marketing in an English course displays a big explanation about the process of distributing the products toward the students. Some experts have stated the definition about market, marketing and marketing management in order to make it clear enough.

## **APPENDIX 1**

Webb (2009) writes that marketing education is a program of study designed to prepare individuals for initial and continuing employment and education in marketing, management and entrepreneurship. Another mission is to build an understanding of the wide range of social and economic responsibilities that accompany the right to engage in marketing in a free enterprise system. Market is people with the desire and with the ability to buy a specific product (Eric, 2000: 12). Impey and Underfull (1994: 13) writes that the market is what people want and are willing to buy.

Simon and Schuster (1992: 135-136) states that marketing is a process which makes school administrators mention the words ‘children’, ‘parents’, and ‘outsider’ frequently when important decisions are being made.’ Marketing are identified as a matching process between provider and customer to find out about customer needs and then to make appropriate provision to meet those needs. Kotler and Keller (2006: 6) states that marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with products.

See (2007) states that the American Marketing Association offers the following definition: marketing is an organizational function and a set of processes for creating, communicating, and delivering value to customers and for managing customer relationships in ways that benefit the organization and its stakeholders.

According to Hollensen (2003: 1), marketing management is about planning, coordinating, and controlling marketing activities that are aimed at



## **APPENDIX 1**

satisfying customer needs and desire-and receiving money from sales. Kotler and keller (2006: 6) writes that marketing management is the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value.

From the definition above, the writer concludes that marketing management is very important in education, because many schools need marketing management to find out the customer's demands and expectations toward the education programs. The exactly school's products also need to be known by the parents or the students. Marketing is needed to know the relationship between the customers and the supplier. It means that the supplier has to find out what these needs, want, demands, and expectations are.

### **2. The Scope of Marketing Management**

#### **a. The Marketing Plan**

Marketing plan concerns with the planning of the activities of marketing to obtain the objectives of the English courses. Some strategies will be created in marketing plan by the marketing manager. Hollensen (2003: 650) states that marketing plan is linked to plan in other functional areas and to overall corporate strategy. The marketing plan is responsive to both corporate and business unit strategy, and formally describes all the components of the marketing strategy – markets to be served, products or services to be marketed, price schedules, distribution methods, and so on.

According to Assaury (1990: 268), marketing plan is the activities to formulate the strategies of the marketing for next time in order to reach the goal

## **APPENDIX 1**

and target of marketing. Assaury (1990: 268) also writes some advantages of marketing planning: supporting the way of thinking for the future, coordinating the marketing activities better than before, controlling the marketing activities based on the effort achievement standard which are decided in the marketing plan.

Sumawihardja (1991: 127) says that planning is the decisions about what have to do in the future. The decision relates with the strategy of marketing and the planning activities in order to reach the goal. The marketing plan consists of: 1) the planning preparation of estimate annually, 2) the planning decision of advertisement programs the last year, 3) the planning decision of the new capital investment and the financial loan. Assaury (1990: 269) states that there are some types of marketing plan: 1) Strategic market planning, 2) Corporate market planning, 3) Strategic marketing planning.

### **b. The Marketing Mix**

Management of marketing has the hard relation with the marketing system which explains about the group of items including the products, price structures, channels of distribution and promotional activities. To do that, the company usually organizes the marketing mix. According to McCarthy and Perreault (1990: 36) Marketing mix is based on the notion that a service organization must focus on its employees, or internal market, before successful programs can be directed to the customers. Marketing mix used to satisfy the needs of target customers by different variables.

## **APPENDIX 1**

There are four variables of marketing mix:

### **1) Products (Service)**

McCarthy and Perreault (1990) state that the products area is concerned with developing the right “product” for the target market. This is offering developing and managing new products and whole product lines. The products which are offered can be physical good, a service, or a blend of both. Managing the product component includes planning and developing the right products and or services to be marketed by the company. Kotler (2003) says that policy and strategy guidelines are needed for changing existing products, adding new ones, and taking other actions which affect the assortment of the product carried. Decisions are also needed regarding branding, packaging, color, and other product features.

Kotler (2003: 18) says that the product concept is how to make the consumers will favor those products that offer most quality, performance, or innovative features. Managers in these organizations focus on making superior products and improving them over time. They assume that buyers admire well-made products and can evaluate quality and performance. According to Kotler and Keller (2006: 15), the production concept is one of the oldest concepts in business. It holds that consumers will prefer products that are widely available and inexpensive. Managers of production-oriented business concentrate on achieving high production efficiency, low costs, and mass distribution.

## **APPENDIX 1**

### **2) Place (Distribution)**

McCarthy and Perreault (1990) state that place is concerned with getting the right product to the target market's place. A product isn't much good to customer if it isn't available when and where it's wanted. A product reaches customers through a channel of distribution. A channel of distribution is any series of firms (or individuals) from producer to final user or consumer. According to Cohen (1998: 64), place has to do with channel and distribution tactics to support. There are six basic channel alternatives to consider: a) Direct or indirect channels b) single or multiple channels c) length of channels d) type of intermediaries e) number of distributors at each level f) which intermediaries to use.

### **3) Promotion**

There are some definitions relates the promotion from some experts. White et al (2001: 216) states that promotion may be thought of as all the activities involved in a) raising customer awareness of what the school offers; b) attracting customer interest; c) stimulating desire; d) keeping the school and its services in the minds of all those involves in the decision-making process; e) assuring those attracted but uncertain; f) giving information about the school and its services; g) reinforcing feelings of satisfaction with services already bought.

Promotion is done to reach some aims. There are some aims which are stated by White et al (2001: 216). Promotion aims will be to give information, remind, reassure, make aware, familiarize, and overcome inertia. The target of

## APPENDIX 1

promotion will be customers, potential customers, influences, sponsors and decision-markers.

According to Cohen (1998: 64), most marketers divide promotion into additional categories of face-to-face selling, sales promotion, advertising, and publicity. McCarthy and Perreault (1990) states that these are the component used to inform and persuade the market regarding a company's products. Advertising, personal selling and sales promotion are the major promotional activities. Promotion is concerned with telling the "right" product. Promotion which includes personal selling, mass selling, and sales promotion will be described follow:

### (1) Personal selling

McCarthy and Perreault (1990) states that Personal selling involves direct communication between sellers and potential customers. Personal selling is usually face to face or by telephoning. Personal selling consists of individual and personal communication.

### (2) Mass selling

McCarthy and Perreault (1990) states that Mass selling is communicating with large numbers of customers at the same time. The main form of mass selling is *advertising* – any paid form of non personal presentation of ideas, goods, or services by an identified sponsor. *Publicity* – any unpaid form of nonpersonal presentation of ideas, goods, or services – is another important form of mass selling.

## APPENDIX 1

### (3) Sales promotion

McCarthy and Perreault (1990) states that Sales promotion refers to those promotion activities – other than advertising, publicity, and personal selling – that stimulates interest, trial, or purchase by final customers or others in the channel. This can involve use of coupons, point-of-purchase materials, samples, sign, catalogs, novelties and circulars.

### d) Price

The right price is very important to developing the right product, place and promotion. In setting a price, a manager must consider the kind of competitions in the target market – and the cost of the whole marketing mix. They must also try to estimate the customer reaction to possible prices. They can be used current practices as to markups, discounts, and other terms of sale. If the customers won't accept the price, all of the planning effort will be wasted. Price is an important area for a marketing manager (McCarthy and Perreault: 1990).

Kotler (2003) says that, in pricing, management must determine the right base price of its products and then establish policies for dealing with discounts, freight payments, and many other price-related situations. According to White et al (2001: 224), pricing is important since (1) It affects the profit margin through its impact on revenue; (2) It affects the quantity sold through its influence on demand.

In conclusion, a company's marketing effort should start and end with the customers. Management should select its market targets, analyze them carefully, and then develop a program to reach those markets. Permeating the planning and

## **APPENDIX 1**

operation of this model is marketing research which related to a key activity intended to aid management in its decision making.

### **3. The Importance of Marketing Management**

Marketing is usually associated with business organizations including English course as an institution. Most people are probably familiar with the marketing activities of consumers' products such as LBPP LIA Surakarta. Marketing management is needed for each company to organize the distribution of their products. Therefore, marketing management is very important. There are some importances of marketing management in for the English course as a company.

Marketing management is required to understand the students' need and interest. They can produce the products or programs of the course which are interested by the students. Some decisions about appropriate products, promotion, pricing, and distribution are decided in management of marketing. According to Kotler and Keller (2006: 4), marketing managers must make the major decisions such as what features to design into a new product, what prices to offer customers, where to sell products, and how much to spend on advertising or sales. They also make more detailed decisions such as the exact wording or color for new packaging.

Planning about the activities in marketing management is very important to get the target of customers. In the marketing plan, the English course plans the strategies of marketing and the activities in the English course for one year. Bearden and LaForge (2001: 3) state that the marketing plan is able to increase the

## **APPENDIX 1**

customers' attendance for a company. The company should collect the information about marketing plan and survey the customers who never attendance for their programs. The marketing plan contains of marketing mix and its strategy purposes to increase the product quality and to increase the number of customers.

Bearden and LaForge (2001: 3) writes that the market is needed to increase the growth of the community of a company. It can be done through studying the strengths and weaknesses of community in a town. Then, the marketing plan is made to plan the strategies to stimulate the town' growth. The plan focused on building relationships with youth so they would remain in the community when they got older and bring new business and residents into the community.

The English courses need advertisement in the marketing of management to give the information about their programs toward the students. Advertisement can be called as a bridge to relate between the company and the customers. One way to attract the students' interest to join an English course is using media of advertisements such as brochures, leaflets and pamphlets. According to Bearden and LaForge (2001: 3), Advertisements communicating this theme were run in major national daily newspapers and business publications and during prime-time news and business programs on network and cable TV. Marketing is able to develop the promotional items such as the products of the company.

From the explanation above, it can be concluded that marketing is one of the elements of management that cannot be separated from the English courses.



## **APPENDIX 1**

Marketing management plays important role to promote the products and increase the number of customers.

### **C. Interest of English Course Students**

This section consists of three main subsections including the nature of interest, the aspects of interest, and the types of interest.

#### **1. The Nature of Interest**

The term interest closely relates to the state of curiosity or concern about or attention to something. It can be shown in the involvement or participation in the activities. The different degree of interest of each person influences the success for the activities which they join in.

There are some definitions from many experts who state the meaning of interest, in order to understand what is meant by interest. Elliot (2000: 349) states that interest is similar and relating to curiosity. Interest is an enduring characteristic expressed by a relationship between a person and a particular activity or object. By comparison, curiosity is more fleeting. Interest occurs when a student's needs, capacities, and skills are a good match for the demands offering by a particular activity.

This definition is supported strongly by Hidi & Anderson (in Ormford, 2003: 399) state that people have interest in a particular topic or activity; it means that they find the topic or activity intriguing and enticing. Interest is a form of intrinsic motivation. Positive affect accompanies interest; for example, people pursuing a task in which they are interested experience such feelings as pleasure, excitement, and liking. Dewey in the State University (2009) says that Interest

## APPENDIX 1

describes the cognitive and affective relationship between a student and particular classes of subject matter. Interest can hold a student's attention, encourage effort, and support learning.

Based on the explanation above, the writer concludes that interest is a personal feeling of attract to involves in doing something; therefore they desire to do something because of personal motives in order to get their objectives. Interest makes some one enjoy doing something.

Every interest will satisfy some needs in the person's life, if they see that something is benefit, he/she will try to reach it. The stronger the need, the stronger of interest. Furthermore, the more often interest is expressed in activities, the stronger it will become. The personality interest is reflected in the kinds of things people likes and dislikes to do, what make people enjoy and what appreciate. A person who is interested will have strong drives to know about something making him/her attracted, to pay attentions and to be involved with.

To make a lecture relevant, teacher must first determine what students find interesting. Maltby (1995: 364) states that students can have different interest depending on:

- a. Their age, sex, socioeconomic status, level of ability, previous educational experiences and success, ethnicity, religion and so on.
- b. The times in which they life
- c. Changes in their circumstances and conditions of living.
- d. World events in art, politics, science and technology



## **APPENDIX 1**

### **1) Attention**

Attention is one of the aspects of interest because attention and interest have a hard relationship. Bimo Walgito (1998: 145) states that attention has a hard relationship with interest. If someone is interested toward something, it will show the spontaneous attention. Attention is the evidence if someone interested to something. Kartini Kartono (1990: 111) states that attention is the common reaction from the human being and the conscious which caused the adding of activities, concentrates and the boundary toward the object.

### **2) Curiosity**

Loewintein in Elliot, et al., (2000: 348) states curiosity is cognitively based emotion that occurs when a student recognizes a discrepancy or conflict between what he or she believes to be true about the world and what turns out actually to be true. Students are believed to feel curious about events that they can neither make sense of nor explain fully. In addition, curiosity occurs when students encounter unexpected, novel and unpredictable objects.

Elliot, et al., (1999: 346) writes that curious behavior is often described by other similar terms, such as exploratory, manipulate, or active. To identify the origin of curiosity is difficult. Explanations have focused on external factors (something in the pupil's environment is attractive), or on internal ones (human beings need stimulation).

### **3) Motivation**

Brown (1994: 152) states that motivation is an inner drive, impulse, emotion, or desire that moves one to a particular action. Motivation refers to the

## APPENDIX 1

choices people make as to what experiences or goals they will approach or avoid, and the degree of effort they will exert in that respect.

Elliot, et al., (2000) writes some functions of motivation, they are: a) motivation increases an individual's energy and activity level, b) motivation directs an individual toward certain goals, c) motivation promotes initiation of certain activities and persistence in those activities, d) motivation affects the learning strategies and cognitive processes an individual employs.

### 4) Need

Kolesnik in Moore (1999: 356) states that a need can be defined as “any type of deficiency in the human organism or the absence of anything the person requires, or thinks he requires, for his overall well-being”. Obviously, students will enter the class with a wide variety of needs. Moore (1999: 357) writes that need can be described as deficiency, real or imaginary, that a person requires for well-being.

Indeed, Maslow in Moore (1999: 356) writes that human needs function on seven hierarchical levels. The first four, lower-level needs, labeled *deficiency needs*, are the needs for survival, safety, belonging, and self-esteem, whereas the three higher-level *being needs* comprise the needs for intellectual achievement, aesthetic appreciation, and self-actualization. The being needs, unlike the deficiency needs, are never truly satisfied; that is, the quest for their fulfillment only motivates individuals to seek further fulfillment.

## APPENDIX 1

### **b. Aspects of interest based on Kartini Kartono are cognitive, affective and desire.**

Kartini Kartono (1996: 112) states that all interest has three aspects; they are the cognitive aspect, affective aspect and desire. The cognitive aspect is based on the concepts children develop about the areas related to the interest. The cognitive aspect of children's interest in school, for example, is based on concept of school as a place where they can learn and have opportunities for contact with their friends. It will be very different on the concept of school, which emphasized their activity by school rules.

Students interest is tend to be egocentric, the cognitive aspects of this interest centered on what benefits and personal satisfaction they will give for them. So, cognitive aspect of interest is based on personal experiences and what is learnt in home, in school and community. Students will learnt what satisfy their needs and not. The former will then develop into interest and the later will not.

The affective aspect of interest is expressed in attitudes toward the activities interest give rise to. Students who have a pleasant relationship with teachers usually develop favorable attitudes toward school. Although the two aspects are important, but the affective aspect is more important than the cognitive aspect.

The affective aspect is plays a greater role in motivation action than the cognitive aspect and the affective aspect of interests tend to be more resistant to change. Halland and Malan (2003) write that the affective domain in education focuses on the feelings associated with learning.

## **APPENDIX 1**

### **1) Cognitive Aspect**

Cruicksank (1999: 135) states that Educational objectives in the cognitive domain cause learners to engage in intellectual tasks. For example, learners given certain information might be called on to recall, understand, apply, break down, combine, or judge that information. Thus, a learner might be expected to recall the sum of the angles of a triangle, to analyze the events surrounding Columbus's Voyage to America in 1492, or to identify and discuss the themes found in Jane Austen's novels.

According to Bloom in Cruicksank (1999: 135), cognitive domain includes six levels, ranging from simple to complex, or, from lower – to higher – order types of thinking. Each level consists of a) knowledge, b) comprehension, c) application, d) analysis, e) synthesis, and f) evaluation.

### **2) Affective Aspect**

Bloom in Cruicksank (1999: 136) calls a second type or domain or domain of learning outcomes affective. Bloom's affective domain deals with attitudinal, emotional, and valuing goals for learners. Although teachers most often associate their instructional outcomes with the cognitive domain, almost all teachers try to promote some change in student affect. For example: most of teachers hope that their students come to enjoy and value the subject they teach, as well as learning in general.

Bloom in Cruicksank (1999: 136) organizes the affective domain into five levels and again arranges them hierarchically. The five levels of the affective

## **APPENDIX 1**

domain and examples of each follow: a) receiving/attending, b) responding, c) valuing, d) organization, and e) characterization.

### **3) Desire Aspect**

According to Kartini Kartono (1996: 112), desire is having wish of something. It is a want to choose and realized the goal. Desire will be happened if supported by a need. Desire relates with the goal. Desire is one of the aspects of interest because it supports the increasing of interest. Desire is influenced by value, need, experience, skill, attitude, and habit.

Abu Ahmadi and Widodo Supriyono (1998: 125) writes that desire is the inner stimulus consciously based on the consideration of affecting and cognitive domain caused the right activity in reaching the goal relates with the personal need. From the quotation above, desire means as the stimulus to act in the right way in order to reach the goal controlled by the mind.

Desire is the stimulus of willingness to reach certain objectives and controlled by the consideration of attitude and mind (Kartini Kartono: 1990: 104). There are some causes of desires: a) the hard will to reach the goal, b) the knowledge relates with the strategies to reach the goal, c) energy and intelligent, and 4) the right energy in order to reach the goal (Dimiyati and Mujiono, (2002: 90).

### **3. The Types of Interest**

According to Dewey in the State of university (2009), there are three types of interest. Each of which reflects differing amounts of knowledge, value, and



## APPENDIX 1

feelings. These are situational interest, individual interest (sometimes referred to as *topic interest*), and well-developed individual interest.

### **a. Situational Interest**

Situational interest refers to the short-lived or momentary attention to, or curiosity about, particular subject matter, and can be accompanied by either positive or negative feelings. Renninger (2002) states that individual interest refers to the relatively enduring predisposition of a person to re-engage particular classes of objects, events, or ideas, and includes two inter-related components: stored knowledge and stored value. Hidi (2002) states that situational interest appears more suddenly and as a result of something in the environment. Situational interest is thought to have only short-term impact.

Situational interest, on the other hand, is characterized by instantaneity. A highly, situationally interesting activity can immediately attract students' attention, involve them in the process, and provide instant, positive feelings about the activity (Hidi, & Harackiewicz, 2002). Given this spontaneity, situational interest is considered to be a motivator the teacher can control to a certain extent (Schraw et al., 2001). Deci's in Elsevier (2009) states that seven dimensional components (novelty, challenge, attention demand, sense of delight, exploration intention, desire arousal, and time alteration) were tested. Hence, situational interest can be a useful motivator in educational settings in which group-based instruction is the primary method used

Situational interest is defined as a psychological state evoked by certain aspects of the immediate environment, such as the ways learning tasks are

## **APPENDIX 1**

organized and presented (Ainley et al in Elsevier, 2009). In other words, events or activities in the environment that generate a momentary interest elicit situational interest (Wade in Elsevier, 2009).

Situational interest is structurally more complex than individual interest, which depends on a person's existing knowledge and value about an activity. Situational interest has been articulated as multi-dimensional. Deci (1992) proposed that it encompasses person, activity, and social context dimensions. The Person dimension consists of experiential and dispositional components. In a situationally interesting environment, the individual will experience quality attention, a sense of delight, exploration intention, time alteration, and desire. A person evaluates enjoyment based on the attentional demand and sense of delight that occur when he/she engages in an activity. Exploration intention, time alternation, and desire represent the stimulation the activity generates.

Deci in Elsevier, (2009) assumed that these components were more likely to arouse a person's perception of situational interest and might increase the person's intrinsic motivation to engage in the activity. In the Activity, dimension, the challenge and novelty of an activity are central to situational interest. People are likely to experience situational interest when the activity is optimally challenging or novel to them.

Alexander, Jetton, & Kulikowich, (1995) states that situational interest is particularly helpful for and beneficial to novice learners (whose knowledge and skill are less well developed), such as elementary school students. At this stage, their motivation relies on situational interest (Alexander & Murphy, 1998).

## **APPENDIX 1**

Verifying the dimensional sources in situational interest will enable teachers to identify, manipulate, and control motivation (Hidi, 2001) to enhance learning in education.

### **b. Individual Interest**

Individual interest is a relatively enduring predisposition to experience enjoyment in working with particular subject matter. An individual interest may or may not provide a student with the support to put forth effort when faced with a difficult task, presumably because the identification of individual interest in terms of enjoyment provides no information about the depth of a student's knowledge about the topic (Dewey in the State of university, 2009). In research, individual interest is considered to be an individual's predisposition characterized by high attention given to certain events and objects. Individual interest is activity-specific and associated with value and previous knowledge (Wade, 2001).

Dewey in the State of university (2009) adds that individual interest is a relatively enduring predisposition to re-engage particular classes of subject matter over time. A student with a well-developed individual interest for a subject has more stored knowledge and stored value for that subject than he or she has for other subjects. With more stored knowledge and stored value for a given subject matter, the student is positioned to begin asking curiosity questions that drive knowledge acquisition, consolidation, and elaboration, and that leads the student to persist in the face of frustration or difficulty.

Hidi (1990) states that personal, individual interest takes a longer time to develop and affects a person's knowledge and values over time. Personal interest

## **APPENDIX 1**

is believed to fuel one's pursuit of knowledge toward the development of expertise. Ainley et al (2002) states that in physical education, individual interest is associated with students' personal preferences of certain physical activities over others. For example, some students prefer basketball to track and field, others prefer tumbling to baseball. When the lesson content matches a student's individual interest, the student is likely to display high motivation to engage in it.

### **c. Well-Developed Individual Interest**

Well-developed individual interest is a relatively enduring predisposition to re-engage particular classes of subject matter over time. A student with a well-developed individual interest for a subject has more stored knowledge and stored value for that subject than he or she has for other subjects. With more stored knowledge and stored value for a given subject matter, the student is positioned to begin asking curiosity questions that drive knowledge acquisition, consolidation, and elaboration, and that leads the student to persist in the face of frustration or difficulty (Dewey in the State of university, 2009).

According to Dewey in the State of university (2009), well-developed interest is the type of student interest to which most people are referring when they talk about interest and its impact on learning. For example, students who immerse themselves in a task they have been assigned, or who are willing to expend a lot of effort to master a skill that will allow them to begin work on some future project, are likely to have a well-developed interest for the subject of that project. Importantly, the student who has a well-developed interest for a subject area may not seem to be aware that he or she is exerting effort. Instead, it appears

**APPENDIX 1**

that interest may free up possibilities for students to push themselves, just as it frees up their ability to process interesting stories.

**APPENDIX 1**  
**CHAPTER III**  
**RESEARCH METHODOLOGY**

**A. Research Method**

Research method refers to the general strategy followed in gathering analysing the data necessary for answering the question at hand. It is a plan to attack for the problem under investigation. This study will use the qualitative approach, using naturalistic inquiry.

This research is used qualitative method. By the term of qualitative research, we mean any kind of research that produces findings not arrived at by means of statistied procedures or other means of quantification. It can refer to research about persons' lives, stories, behavior, but also about organizational functioning, social movements, or interactional relationships (Strauss & Corbin, 1990: 17). Moleong (2007: 6) writes that qualitative research can be defined as the research which aimed to study holistically the phenomenon experienced by the research subject, such as the behaviour, perception, motivation, action, and so on.

In this research, the writer used qualitative research in the form of naturalistic inquiry because qualitative research was based on the natural setting or entity method. Natural setting refers to the LBPP LIA Surakarta where the activities of marketing take place, and the entity context refers to the marketing activities of LBPP LIA Surakarta related to the students' interest to join an English course.

## **APPENDIX 1**

The other reason why using qualitative research is based on the objective of the study that this research is done to know how far the effect of marketing management toward the students' interest to join an English course; to identify how does marketing management able to attract the students interest to join an English course. In this research, the researcher tried to describe detail all of what goes on in the process of marketing management activities related to the students' interest to join an English course.

### **B. Time and Place of the Research**

The place of the research refers to the setting of where the research conducted, and the time of the research related to the duration needed to do the research. This research carried out at Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA Surakarta. This course is located on Jl. Bhayangkara No. 10 Surakarta, Central Java 57154. It conducted on Pebruari to May 2009.

### **C. Source of the Data**

According to Lofland as quoted by Moleong (2004: 112) sources of data in qualitative research are words and events, for the additional data can be documents or others. The research data in this study are collected in the form of information about the marketing management and the relation to the students' interest to join an English course. To carry out the research, the researcher collected the data related to the marketing management in relation to the students;

## **APPENDIX 1**

interest to join LBPP LIA Surakarta. The data took from three kinds of sources, those was:

1. The events. It was the process of students' registrar of LBPP LIA, the services of the receptionist, and the marketing' activities.
2. Documents. Document is a paper that given information, proof, or support of some thing. Thus documentation is technique in collecting the data by using the document the written things from which the researcher gets the data. Based on Suharsimi (1998: 236). Documents are about the written information based on the study of marketing management in relation to the students; interest to join LBPP LIA Surakarta. The documents used as the sources in this research were brochure of LBPP LIA, brochure of STBA LIA, pamphlet of research colloquium LIA, pamphlet walk the talk trans7, pamphlet STBA LIA, time table of trainers, students' progress report, time table of the course, staffs' data, the total students' number, scholarships' data, internet data, and banner.
3. Informants. The research took the secretary, academic operational officer, students of LBPP LIA as the key informants to be interviewed.

### **D. Technique of Data Collecting**

Based on the sources of the data, the instruments of data collection were in the form of:

1. Observation

Observation is the activities or processes to observe something accurately in order to get the understanding of the objects which is observed (Nurkamto,



## **APPENDIX 1**

2004 : 4). In this research, the writer found the data by observing LBPP LIA in the process of registration and services in front office, the facilities of teaching learning process, the condition and situation of LBPP LIA Surakarta, and the teaching learning process. The writer didn't participate in the class. The writer just observes those phenomena without any involvement.

The observation method involved the researcher in watching, recording and analyzing events of interest. The participation observation involved the researcher in the research of a kind of phenomena. The participation observation is divided into three types. These are passively participation observation, moderately participation observation, and full participation observation. The writer used passively participation in this research. In here, the writer observed the data in the setting, but she didn't involve with people inside the setting of observation. In this study, the writer used naturalistic observation. The observation was conducted from February to May 2009. Naturalistic observation is the observation carried out in the real world.

### **2. Interview**

Interview is a form of communication between two people which is involved somebody who wants to gain the information and the other person asks questions (Mulyana: 2004).

The interview method involves questioning/discussing issues with people. The unstructured interview has been variously described as naturalistic, autobiographical, in-depth, narrative or non directive. The interviews were

## **APPENDIX 1**

focused on interviewing the secretary, academic operational officer and students of LBPP LIA Surakarta.

### **3. Document analysis**

The documents analysis did to select the documents related to the marketing management in relation to the students' interest to join LBPP LIA Surakarta. Based on Suharsimi (1998: 236), documentation is a method of collecting the data by taking the data from the existing data as document such as notes, book, newspaper, agenda and scan. In this study, the documents are taken base on the brochure of LBPP LIA, brochure of STBA LIA, pamphlet of research colloquium LIA, pamphlet walk the talk trans7, pamphlet STBA LIA, time table of trainers, students' progress report, time table of the course, staffs' data, the total students' number, scholarships' data, internet data, and banner.

### **E. Technique of Data Analysis**

The analysis data in the qualitative research is based on the method which is used. In this research, the researcher used naturalistic method which was called interactive model analysis. The writer used an interview model of analysis involving collecting the data, reducing the data, and presenting the data and also drawing conclusion (Sutopo, 2002: 95). After the writer collected the data, she reduced and presented the data. When reducing the data, the writer rejected the meaningless data; therefore she got the important points of finding. It was followed by presenting the data; it means that the writer presents about the data systematically and logically, so the meaning of every event is clear. In the end of

## **APPENDIX 1**

collecting the data, the researcher tried to verify the data based on reduction and data presentation.

### **1. Reducing the data**

Not all of the obtained data of the research are important. It means that the important information must be taken and unimportant information must be ignored. In the process of the data reduction, the writer selected, focused, simplified, and abstracted the data in the field note. The data reduction was done during the research activities. In this case, the writer reduced the information during the research activities if the data were unimportant or did not support the data the writer needed.

### **2. Presenting the data**

Presenting the data means describing the data in the form of description or narration. As the second component in analyzing the data, this technique was used in arranging the information, description, or narration to draw the conclusion. By presenting the data, the writer considered what she should do; she can analyze or take the other action based on her understanding.

### **3. Drawing conclusion**

The third activity is drawing conclusion. In this study, conclusions were drawn continuously throughout the course of the study. The writer tended to accumulate and formulate her interpretations as she goes along. She has likely to write up not only what she will see each day but also her interpretation of those observation.

## APPENDIX 1

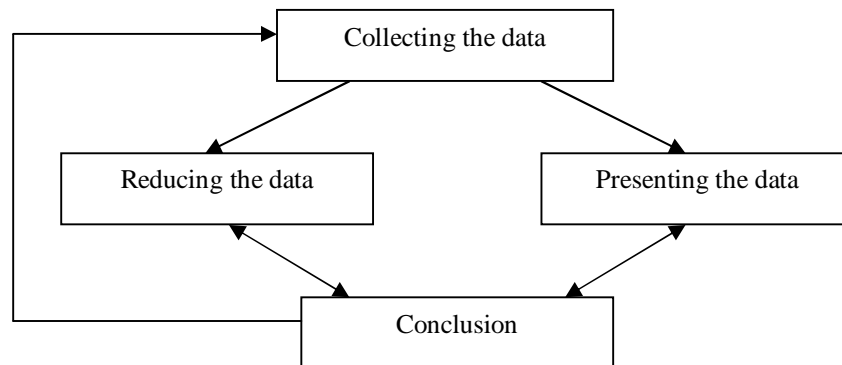


Table 1. 3 The Interactive Model of Analysis

### F. Trustworthiness

The researcher should be able to responsibility toward the information which will be used as the research data. The information was examined to justify and credibility before become the research data. The credibility became the starting point to gain the conclusion. Therefore these needed the trustworthiness of the research.

Moleong (2007: 321) writes that the trustworthiness of data can be understood as every situation that must demonstrate the right value, provide the basic to be implemented, and allow the outside decision that can influence the consistency from its procedure and neutrality of the findings and decisions.

The basic discussions of the trustworthiness are: How can an inquirer persuade his/her audiences that the finding of an inquiry is worth paying attention to, worth taking account of? In this study, the researcher determines four criteria to use as the techniques of trustworthiness inquiry. They are credibility, transferability, dependability, and conformability (Moleong, 2007: 324).

## **APPENDIX 1**

The credibility criterion was applied to substitute the concept of internal validity from qualitative research. The functions of credibility were inquiry the data research so that the finding of the research can be reached and to show the degree of believeness of the findings' result by proving of the researcher toward the reality of the research. The validity concept stated that the generalization of a discovery can be applied in every context of the same population based on the representative sample.

In this research the trustworthiness that used:

1. Perseverance of the researcher, it is the efforts done by the researcher to consistently interpret the data with constant and tentative analysis process (Moleong, 2004: 324).
2. Triangulation, it is the use of other aspects to check or compare the data (Moleong, 2005: 330).
3. Peer debriefing, it is exposing the tentative result in the form of discussion with peers (Moleong, 2005: 332).

**APPENDIX 1**  
**CHAPTER IV**  
**RESEARCH FINDING AND DISCUSSION**

The writer discusses two main points in this chapter namely research finding and discussion.

**A. Research Finding**

In this section, the writer presents several points that answer the problems of the statement. The finding is description of marketing management in Lembaga Bahasa dan Pendidikan Professional (LBPP) LIA Surakarta and the extent of marketing management attracts the students' interest to join Lembaga Bahasa dan Pendidikan Professional (LBPP) LIA Surakarta. The writer obtained the finding from the observation, documents analysis and the interview.

**1. Marketing Management at LBPP LIA Surakarta**

The marketing management at LBPP LIA Surakarta will be observed in six dimensions, including: the objectives of marketing, the staffs of marketing, the products of LBPP LIA, the target of the students, the media used in marketing, the marketing's activities, and the services of LBPP LIA to the students. The research findings are described as follows:

## APPENDIX 1

<i>Issue Related the Problem Statement</i>	<i>The Summary of the Research Findings</i>
1. How is marketing management in LBPP LIA Surakarta	1) The objectives of marketing at LBPP LIA. 2) The staffs of LBPP LIA Surakarta 3) The products of LBPP LIA. 4) The targets of the students. 5) Media used in marketing. 6) The marketing' activities. 7) The services of LBPP LIA to the students.
a. The objectives of marketing	1) The main objective is to get the students as many as possible. 2) The objective is two thousands students. 3) The other purpose is to maintain the customer loyalty.
b. The staffs of LBPP LIA Surakarta	1) The staffs of marketing are all people at LBPP LIA. 2) The strategy of marketing is good service.
c. The products of LBPP LIA.	1) There are five programs opened : English for children, English for teens, English for adult, English conversation, TOEFL preparation class.
d. The targets of the students	1) The targets of students are all class compiled by the students. 2) There are the increasing of the students number for some periods. 3) The students have a good ability is spoken mastery. 4) The total number of the students are two thousands students.
e. Media used in the marketing	1) The printed medias are brochure, leaflet, newspaper, sticker, note book, and seminar kit. 2) The electronic medias are television, radio, and internet. 3) The social; interaction like friends, family and other.
f. The marketing's activities	1) The activities are sponsorships, social activities, scholarships, conferences, reading competition, and extracurricular activity. 2) The product knowledge which have to be understood by the staffs. 3) The good services from the teachers, receptionist, and the other staffs.
g. The services of LBPP LIA to the students.	1) Students' facilities are classrooms, television, tape recorder, white board, air conditioner, chair, work book, students' book, CD listening, magazine, sticker. 2) Teachers' facilities are library, internet, indovision. 3) Common facilities are canteen and toilet.

*Table 1.4. Research findings of the description of marketing management at LBPP LIA Surakarta*

### a. The Objectives of Marketing in LBPP LIA Surakarta

The common objective of marketing in LBPP LIA Surakarta is to get as many as possible students. If there are many people register to the course, the objective of LBPP LIA will be achieved. The number of the students becomes the main factor in order to maintain the long life of the company as the education institution. The secretary said, *“Tujuannya ya untuk mendapatkan siswa yang sebanyak-banyaknya. Kalau banyak yang mendaftar kan nanti tujuan dari*

## APPENDIX 1

*perusahaan kan akan tercapai semua.*”(Interview with the secretary DNG (14) on 23<sup>rd</sup> April 2009). From the statement before, the common objective is the number of customers of an English course. Up to now, LBPP LIA Surakarta has had 1800s students in every term. The number of students is still increasing fulfilling the target of the students in LBPP LIA. In this case, the classes have to be full by the students. In order to reach the target, LBPP LIA prepares management of marketing.

The students learn English in LBPP LIA in order to improve their English mastery. The programs in LBPP LIA are provided to fulfill their need. Therefore, LBPP LIA wants to help them to improve their English ability. The researcher asks about the objectives of LBPP LIA: *“Tujuannya LIA itu apa?”* The answers of AOO on interview on 24<sup>th</sup> April 2009 is: *“Ya, improve... apa lagi?”* It means that LBPP LIA will help the students to improve their skill. Kind of skill which will be improved is English proficiency. The AOO states that the spoken skill is the impressive given: *“Ya, kemampuan...Sejauh ini kami tekankan pada kemampuan anak untuk berbicara.”* The spoken skill is different with written skill. The spoken skill is needed habit and feeling of confidence in practicing. The teaching and learning process in LBPP LIA uses games in order to make students enjoying their learning and being confidence in speaking.

The specific objectives can be seen in internet at [www.liasolo.com](http://www.liasolo.com), which stated in vision and mission. Both show the education marketing of academic institution. It states in the vision that LBPP LIA is established as the learning center and springing up in Indonesia through some programs and the



## APPENDIX 1

facilities for language learning. The information in [www.liasolo.com](http://www.liasolo.com) writes the vision, *Menjadi pusat pembelajaran yang terbaik dan tersebar di Indonesia melalui berbagai program pendidikan dan sarana penunjangnya terutama pendidikan bahasa*. LBPP LIA is the education institution having some main programs, focused as the language learning center and supported by facilities of learning language.

The mission of LBPP LIA explains the objectives of LBPP LIA relating the customers. The customers are the students learning language in LBPP LIA. First, the students have the enjoyable surrounding fulfilling the intellectual, emotional and spiritual need in their learning activities. It means that LBPP LIA provides place and facilities supporting the teaching and learning process for language learning. Second, the institution creates the dynamic institution supporting the customers' participation. It means that LBPP LIA has the dynamic structure organization creating the healthy management and professional institution. Third, improving the staffs' ability. It means that the ability of staffs supports the activities of the institution. Fourth, developing the organization and planning the system effectively and efficiently. It means that LBPP LIA has to develop the institution effectively and plan the system efficiently. Fifth, LBPP LIA accomplishes the problem solving of the important problems. Sixth, LBPP LIA creates the calm situation through the carrier developing system clearly. The mission of LBPP LIA can be seen in [www.liasolo.com](http://www.liasolo.com) below:

## APPENDIX 1

*Misi : 1) Menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan memenuhi kebutuhan intelektual, emosional dan spiritual, (2) Menciptakan suatu struktur organisasi dinamis yang mendukung dan mempercepat kemungkinan partisipasi pengguna jasa dan mitra usaha dalam tatanan manajemen yang sehat dan professional, 3) Meningkatkan kinerja karyawan dan sekaligus kinerja unit kegiatan, 4) Mengadakan pengembangan organisasi dan sekaligus merancang system kinerjanya secara efektif dan efisien, 5) Memperlancar penyelesaian masalah penting dan mendesak yang berkaitan dengan adanya pengembangan usaha, 6) Menciptakan rasa ketenangan bekerja melalui sisrem imbal jasa yang memadai dan system pengembangan karir yang jelas.*

(Document of internet at [www.liasolo.com](http://www.liasolo.com) )

### **b. The Staffs of Marketing at LBPP LIA Surakarta**

The concept of marketing management in the educational institution is different with the common company. One difference is in the staffing. There are many educational institutions which more put the more attention to the quality of education than the other. Beside that the marketing in education is different with marketing in the company in the case of the customers. It caused by the customers as the objects of selling. In education institution, the customers are the society interested in education; but in the company, the customers are the common society. As stated by the secretary: *“Lain. Sekarang aja termnya sudah lain. Kalau perusahaan besar kan segmentnya kan untuk semua lapisan masyarakat, kalau kita kan tujuannya untuk usia sekolah.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008)

The object of marketing in LBPP LIA is not only for the students from the school or university but also for all people in the common society who have the interested in English mastery as stated by the secretary: *“Nggak begitu,*

## APPENDIX 1

*maksudnya mereka yang punya minat ke pendidikan Bahasa Inggris.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008)

The management of marketing should be done by the staffs of marketing. In LBPP LIA, marketing division is done by the secretary, the staffs of marketing is done by all officers LBPP LIA itself. As stated by the secretary: *“Semuanya. Semua karyawan di LIA harus bisa memasarkan produk-produknya.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008). The division of marketing is not provided in LBPP LIA. Therefore the staff of marketing is not formed. Marketing is done by all the officers of LBPP LIA which led by the secretary. It causes the uses of the officers effectively. As stated by the secretary: *“staff khusus marketingnya nggak ada. Oke semuanya, semua karyawan harus bisa.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008)

The officers of LBPP LIA have to be able to promote the products of LBPP LIA. Therefore, they are trained in the product knowledge program. Hopefully, if they meet the would be customers, they will be able to explain and promote the products as stated by the secretary: *“Kita ada ini, kalau ada program sewaktu-waktu tertentu misalnya program pembekalan atau product knowledge. Jadi karyawan kita kumpulkan, kita beri penyegaran tentang program dari LIA itu apa saja. Jadi dari satpam sampai dengan HPP mereka tu tahu, apa to yang dijual di LIA itu. Jadi misalkan mereka ketemu orang di jalan, wah kerja di LIA ya? Apa sih yang ada di LIA, mereka bisa tanya-tanya.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008)

## APPENDIX 1

Although the division of marketing is not provided, but the job distribution for the marketing quite good. There is the job distribution when LBPP LIA is invited to teach English in the other institution, as stated by secretary: *“Pembagiannya kita gabungkan dengan beberapa divisi. Kalau saya sih sekretaris, juga merangkap sebagai SDM, di waktu longgar saya harus bisa melakukan marketing tadi. Karena kita efisiensi, SDM harus bisa melakukan tugas marketing. Cenderung aktif tapi juga pasif.”* That is the job division of the secretary in LBPP LIA. He is a secretary, SDM and a staff of marketing too.

The secretary and AOO are a time work in marketing. They participate together in marketing. They have a good job description about marketing like who will negotiate, make a meeting, etc. as stated by the secretary;

*“Bagi kerja saya dengan Pak Wasi. Pak Wasi selain menjadi Kepala Bagian Akademik, ia juga harus bisa marketing. Saya biasa berbagi dengan Pak Wasi kalau misalkan diundang kalau misalkan ada perguruan tinggi mana atau kantor mana membutuhkan ingin kursus Bahasa Inggris, saya diundang ke sana dan Pak Wasi diundang ke sana. Trus kami berdua dipanggil dan bernegosiasi, bagaimana caranya kita ambil persetujuan. Kadang dengan bagian keuangan juga. Kaya sekarang ini kita ada dari akademi kebidanan juga. Kita turun dulu buat pelatihan magang. Jadi istilahnya dimajukan atau dimundurkan.”*(Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008)

Beside that, The job distribution of marketing for the secretary is to make a good relationship and cooperative with the other institution, as stated by the secretary: *“Yang umum kalau marketing. Kalau misalkan yang HR, karena saya di bagian sekretariat. Otomatis kalau ada hal-hal yang berkaitan dengan bagian kerja sama itu nanti larinya ke sana.”*(Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008). The job distribution of marketing for the Academic Operational

## APPENDIX 1

Officer regulates the academic management. Beside that he also explains the criteria of the programs and the teacher qualified, as stated by the secretary: *“Untuk pak Wasi karena di bagian akademik. Seterusnya pak Wasi bisa menjelaskan kriteria dari program-program. Tiap program bagaimana. Yang mengatur gurunya ke sana nanti siapa.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008)

There is the job of financial relates to marketing. The job distribution of marketing for the division of financial relates the offering of the company and pricing, as stated by the secretary: *“Ya tugas keuangan untuk bagian keuangan. Yang menentukan instansi juga nanti targetting kita tawarkan juga untuk penawaran atau bagaimana itu ke bagian keuangan.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008). Teachers are not only teaching about also promoting the products of LBPP LIA. The job distribution is to introduce and give the information relates the products of LBPP LIA. They are functioned as the marketing staff too as stated by secretary: *“Why not. Sama, jadi marketing itu juga bisa memperkenalkan kan, memberikan informasi tentang apa yang mereka buat, produk apa yang ada di sana.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008).

One strategy in marketing is good service. In this case, if the teacher teaches with a good teaching, can be said as marketing. Almost of the students LBPP LIA come because of the information telling by the other not caused by the brochures as stated by AOO: *“Ada. Pasti ada. Kalau mereka (guru) mengajarnya bagus. Itu salah satu pemasaran. Karena memang sebagian besar siswa ada di*

## APPENDIX 1

*sini ikut kursus bukan karena brosur, leaflet, dll tapi karena pemberitahuan.”*

(Interview with AOO WD on 24<sup>th</sup> April 2008)

There is the quality of marketing job in LBPP LIA based on the secretary. Every staffs of LBPP LIA have to do the marketing every where and every time. Therefore if people asks about the information relates the products, every staffs can answered it easily. As stated by the secretary: *“Bagus. Semua orang di LIA harus bisa memasarkan. Dengan begitu kan kalau ada orang tanya-tanya kan tidak saling melempar. Jadi setiap orang yang datang ke LIA tanya ini ini ini, oo mereka bisa langsung dijawab.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008). One of the strategy marketing in LBPP LIA is observing the students’ development relates the interest. If the students’ interest is low, marketing will be increasing and vice versa as stated by the secretary: *“Caranya itu ya kalau di LIA itu seperti yang saya utarakan tadi sama kaya tadi. Melihat dari perkembangan yang udah dibuat misalkan kemajuannya bagaimana, minat siswanya bagaimana.”* (Interview with Secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2008)

### c. The Products of LBPP LIA Surakarta

LBPP LIA Surakarta prepares five products for the language class. They are English for children, English for teens, English for adults (consisting of elementary, intermediate, and high intermediate), conversation and preparation of TOEFL. They include as the services products of the company. It sells language education to be taught to the students.

## APPENDIX 1

English for children is appropriate for the elementary students. English for children is arranged as the interested, enjoyed and motivated class. As stated in leaflet LBPP LIA Surakarta 2009: *English for children. Untuk siswa-siswi Sekolah Dasar. Membantu meningkatkan kemampuan dalam menggunakan Bahasa Inggris. Sistem akademik dirancang menarik, menyenangkan serta memotivasi anak untuk terus belajar dengan giat.* The teaching and learning process is psychologically appropriate for the children. The facilities of the class are dominated by the specific medias for teaching English for children such as pictures, colorful table and chair, and poem. The interesting games are used as the methods in the class. The interaction between the teacher and students is very good and friendly. Hopefully, the students can improve their basic skill of English. As stated in the observation:

*Ruang kelas untuk children lucu. Dinding bagian dalam ditemplei dengan hasil-hasil karya siswa dan kertas warna-warni. Meja dan kursinya berwarna-warni. Ada gambar hewan yang diwarnai lucu di dinding dengan tulisan tangan anak kecil berbahasa Inggris, ada karangan pendek berbahasa Inggris dari siswa yang hanya satu paragraf yang menceritakan tentang description kucing kesayangannya, puisi, dll. (Observation of the classroom and facilities on 1<sup>st</sup> May 2009))*

English for teens is appropriate for junior school students who want to improve their ability in spoken skill in the earlier grade. Besides that, the students are able to communicate each other in English. Beside that, the students are given the language skills material in this class. As stated in leaflet LBPP LIA Surakarta 2009: *English for Teens. Program General English untuk siswa SLTP yang ingin meningkatkan kemampuan dan percaya diri dalam berkomunikasi di tingkat awal.*

## APPENDIX 1

The students are taught for good communicating in English and having good confidence in their communication.

English for adults is divided into three parts. They are elementary, intermediate and high intermediate class. Elementary class is taught for the beginner. The students are taught about language skills such as speaking, reading, listening, writing, and grammar. Hopefully, the students are able to use this ability in the class minimally. Elementary class is taught for the students who have had the basic skill of English. The material is given in order to improve the English mastery and skill. English skill is taught and used in the daily activities. High class is taught for the advanced students. The material is given to be used in all situations. The information relates the programs can be seen in the leaflet of LBPP LIA Surakarta 2009:

*English for adults, terdiri dari:*

- (1) *Elementary: Program untuk pemula. Materi pelajaran ditujukan untuk memperkenalkan berbagai komponen bahasa dan melatih berbagai keterampilan berbahasa Inggris seperti menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Peserta diharapkan mampu menggunakan komponen-komponen dan keterampilan tersebut dalam situasi yang masih terbatas pada situasi yang diajarkan di kelas,*
- (2) *Intermediate untuk peserta yang telah memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar berbahasa Inggris. Materi pelajaran ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Peserta diharapkan mampu menggunakan komponen-komponen dan keterampilan tersebut secara lebih luas dalam kehidupan sehari-hari.,*
- (3) *High Intermediate, untuk peserta yang telah menguasai bahasa Inggris sampai dengan tingkat terampil. Materi pelajaran ditujukan untuk meningkatkan keterampilan peserta menjadi mahir dalam penggunaan bahasa Inggris untuk berkomunikasi dalam segala situasi.*

(Leaflet of LBPP LIA Surakarta 2009)

Conversation class is given for common students who come from different background such as university students, workers, businessmen, and job



## APPENDIX 1

looking. LBPP LIA gives them a chance to be trained in English mastery. The materials given are appropriate with their need like English in daily life, business and job vacation. Hopefully the students will have good English mastery passive and active. As stated in the leaflet of LBPP LIA 2009: *Conversation in English. Untuk umum (mahasiswa, karyawan, pebisnis, pencari kerja, dsb). Memberikan kesempatan berlatih seluas-luasnya dan membekali peserta dengan kiat-kiat dan teknik yang diperlukan untuk ikut aktif dalam percakapan sehari-hari.*

TOEFL preparation class is class to prepare facing the test TOEFL. In TOEFL class the students are taught speaking, reading, listening and writing. TOEFL test is very important to face the job, vacation and study in western. As stated in leaflet of LBPP LIA 2009: *TOEFL Preparation Class. Program khusus yang dirancang untuk meningkatkan score TOEFL. Kombinasi program akademik terdiri atas listening, reading, writing, speaking, and structure.* Beside that, the techniques and strategies in doing the TOEFL test is trained to the students in order to increase their score specially for the students who want to study in western. As stated in internet at [www.liasolo.com](http://www.liasolo.com): *Program khusus ini bertujuan melatih teknik dan strategi peserta dalam mengerjakan soal-soal TOEFL dan meningkatkan nilai TOEFL, terutama bagi mereka yang berencana belajar ke luar negeri.*

## APPENDIX 1

### d. The Targets of the Students

The target of the number of the students in LBPP LIA is to get as many as possible students. *“Target pemasaran LIA mendapatkan murid sebanyak-banyaknya”, the secretary said.* In this context, as many as possible students means the fulfillment of all the classes provided. If the classes are full with students, the target is obtained. The target of the students in LIA is always fulfilled because the class always full. *“Ya, terpenuhi terus. Selama ini kan terbatas dari ruang. Misalkan banyak siswa yang tidak tertampung di luar target kita”,* said the secretary.

In 2007, the number of the students in term 1 (January-March) is 1547 students, in term 2 (April-June) is 1464 students, in term 4 (Juli-September) is 1554 students, in the term 4 (October-Desember) is 1763 students. In 2008, the number of the students in term 1 (January-March) is 1613 students, in term 2 (April-June) is 1725 students, in term 4 (Juli-September) is 1525 students, in the term 4 (October-Desember) is 1745 students. In 2009, term 1 (January-April), the number of the students in LBPP LIA Surakarta is 1747 students. This number is near with the target, therefore can be said that the target of the students obtained. the table below shows the total number of students on this period:

## APPENDIX 1

LEVEL	SISWA			
	AWAL	AKHIR	+ (-)	%
<i>SUB TOTAL EA</i>	503	503	0	0
<i>SUB TOTAL CIE</i>	9	9	0	0
<i>SUB TOTAL ELEMENTARY</i>	344	344	(2)	1
<i>SUB TOTAL IN</i>	306	301	(5)	2
<i>SUB TOTAL HI</i>	1268	1257	(11)	1
<i>SUB TOTAL EA</i>	1,348	1,341	(7)	1
<i>SUB TOTAL ESP (CV+TOEFL)</i>	231	227	(4)	2
<i>SUB TOTAL EC</i>	248	248	0	0
<i>GRAND TOTAL</i>	1,747	1,732	(15)	1

*Table 2.4. Students' Number of LBPP LIA Surakarta on January 2009*

From the table above, if it is seen from all the class which is fulfilled by the students. The number of the students above shows that the target of the students is fulfilled. All of the classes are full with the students. All programs are fulfilled by the students. Beside that, there are no empty classes. More ever, the class is used more than twice for some kind of English programs in one day. As stated by the AOO, “*Siswa sekarang kan 1800an siswa. Kami kewalahan..*” The AOO tells that he overwhelmed by the number of students. It involves the limited room used. Nevertheless, the number above is not the target of students. Actually, the target of the students in LBPP LIA is about 2000 students. When the researcher asks the AOO: “*Target sebenarnya berapa?*” It like the statement of AOO in interview: “*2000 sebenarnya, tapi ya 1800 alhamdulillah.*”

The data in administration shows that the total number of students for October 2008 is about 1800. LBPP LIA ever gets the total number of the students 1800. This number is used for October term only. Data of the students in the other tem is change. It is achieved from total all programs provided in LBPP LIA Surakarta. The table below shows that LBPP LIA reaching 1800 for the total

## APPENDIX 1

students' number. The details of the students' total number can be identified as follows:

LEVEL	SISWA			
	AWAL	AKHIR	+ (-)	%
<i>SUB TOTAL ET</i>	494	493	(1)	0
<i>SUB TOTAL CIE</i>	47	46	(1)	2
<i>SUB TOTAL ELEMENTARY</i>	380	376	(4)	1
<i>SUB TOTAL IN</i>	342	341	(1)	0
<i>SUB TOTAL HI</i>	85	85	0	0
<i>SUB TOTAL EA</i>	1,348	1,341	(7)	1
<i>SUB TOTAL ESP (CV+TOEFL)</i>	203	199	(4)	2
<i>SUB TOTAL EC</i>	266	264	(2)	1
<i>GRAND TOTAL</i>	1,817	1,804	(13)	1

Table 3.4. Students' Number of LBPP LIA Surakarta on October 2008

### e. Media Used in Marketing

Marketing in education is different with in common company. In education institution, the customers are the society interested in education; but in the company, the customers are the common society. As states by the secretary: *"Kalau perusahaan besar kan segmentnya kan untuk semua lapisan masyarakat, kalau kita kan tujuannya untuk usia sekolah."* The products of LBPP LIA are the service to teach English in some programs. The object of marketing in LBPP LIA is not only for the students from the school or university but also for all people in the common society who have the interested in English mastery as stated by the secretary: *"Maksudnya mereka yang punya minat ke pendidikan Bahasa Inggris."*

Marketing management in LBPP LIA Surakarta provides some media to introduce their products to the customers. Media of marketing is used to promote

## APPENDIX 1

the products. LBPP LIA as an education institution sells their service in teaching English. Therefore, the marketing is done for along time. The result of marketing can not be known at the moment, but it needed long time to know the result. As stated by the secretary:

*“Karena kan kalau kita bicara marketing, kita pasarkan sekarang apalagi jasa, kita pasarkan sekarang hasilnya baru ketahuan tahunan, bahkan lima tahun ke depan baru ketahuan. Nggak seperti kalau kita jualan barang, jualan barang kalau kita jualan barang kita pemasaran sekarang hasilnya laku sekarang. Tapi kalau jasa kan namanya juga intimeble kan. Kalau kita jual produk, pamarannya kan untuk jangka panjang. Mungkin hasil yang kita nikmati/capai sekarang ini adalah upaya dari pemasaran tahun-tahun sebelumnya.”*

The media of marketing in LBPP LIA is divided into three media like printed media, electronic media, and social interaction. The printed media consists of leaflets, brochure, magazine and newspaper. The electronic media consists of television, radio and internet. Social interaction is the information obtained from mouth to mouth. The social interaction involves friends, family, neighbor and other. As the education institution, LBPP LIA sells the service of teaching English. The promotion is done for a long time. The successful of the institution is caused by the good marketing at past. The good marketing strategy at past caused the institution is famous and having many customers as stated by the secretary:

*“Mungkin hasil yang kita nikmati/capai sekarang ini adalah upaya dari pemasaran tahun-tahun sebelumnya. Di awal-awal kita berdiri di sini kan juga ke radio, ke koran, ke televisi.”*

## APPENDIX 1

### 1) The Printed Media

The printed media consists of leaflets, brochure, magazine and newspaper. Leaflets and brochures is used to introduce the information relates the programs of LBPP LIA to the customers. Leaflets and brochures of LBPP LIA provide just in the front office of LBPP LIA. The customers can take it and asks the more information through the front office. The information is like the statement of the secretary: *“Menyediakan brosur yang ada di front liner meja paling depan.”* Beside that, some students also give the same information in the interview. Sabrina said that, *“Tau LIA dari leaflet.”* AA said that, *“Dapet info tentang LIA dari temen, terus temen saya ngasih brosur, terus saya ngomong sama orang tua.”* Dita stated , *“Brosur. Di LIA langsung.”* From some interview above, one of media marketing in LBPP LIA Surakarta is leaflet and brochure. Banner is used as the promotion media of the institution. There is provided some banners informing about LBPP LIA. As stated in the field note in the research’s observation at 1<sup>st</sup> june 2009, *“Di sebelah kiri dan kanan kursi pengunjung terdapat dua buah pot besar tanaman yang berjajar dengan bannet yang mempromosikan tentang STBA (Sekolah Tinggi bahasa Asing) LIA Yogyakarta.”*

Newspaper is used in LBPP LIA to convey some information. At past, newspaper is used to promote the products, but in this era newspaper is used as the job vacancies in order to find the professional teacher or staff. The newspaper is Solo Pos and Kompas. Solo Pos is the famous local newspaper and Kompas is the famous domestic newspaper. Hopefully, from the newspaper, LBPP LIA can

## APPENDIX 1

find many appliers who will be trained and selected to be the professional teachers.

There is a magazine of LBPP LIA Surakarta named C ‘n S which abbreviated from Cool and Smart. This magazine is published by the center of LBPP LIA. It is two-month magazine. The students get this magazine one time in one term. The magazine is a kind of teen magazine. Therefore, it consists of music, movie, book review, quiz, comic, tips, joke, grammar, entertainment, short story, astronomy, and healthy. Beside that, LBPP LIA Surakarta also gives the teacher Jakarta post and national Geographic. Both are the media gives to the teacher as the facilities. As stated by the student, *“Majalah. C ‘n S. Cool and Smart”*

### 2) The Electronic Media

The electronic media consists of television, radio and internet. LBPP LIA ever has promoted their products through television several times. Firstly, On 2000s as the mini film or the short film in some television channels as stated by the secretary: *“Itu tahun, sekitar tahun 2000an. Sudah lama banget. Sekarang udah nggak tayang lagi.”* This program promotes LBPP LIA as the professional institution to teach English. It was coordinated by the center of LBPP LIA in Jakarta city. It was purposed to introduce the programs of LBPP LIA to the society. The television channels are SCTV, RCTI and Metro TV.

## APPENDIX 1

*“Pernah. Itu diatur oleh LIA Pusat. Jadi dikoordinir oleh LIA Pusat. Masing-masing daerah diambil gambarnya, di shot. Dulu kaya ada kegiatan kaya mini film gitu tapi pendek mini film gitu, kita tampilkan di beberapa televisi tapi dikoordinir oleh pusat. (Interview with the secretary DNG (14) on 22<sup>nd</sup> May 2009).”*

Secondly is on this year. LBPP LIA promotes the institution in Trans7 as one of the television programs. It is done every week at 10.00 a.m. The programs are about a foreigner who asks someone with English and they have to answer it by using English too. As stated by the secretary: *“Iya. Acara TV itu diselenggarakan oleh LIA Pusat yang nantinya akan melibatkan seluruh jaringan LIA. Tempatnya bergilir untuk LIA seluruh Indonesia. Untuk Solo juga ikut, tapi ini shootingnya belum mulai.”* The secretary also told the researcher about the time in which the television program relates LBPP LIA is done as stated by the secretary: *“Kegiatannya itu acara di Trans Tujuh setiap hari Minggu pukul sepuluh.”*

That program is Walk the talk. It is handled by Jason as a foreigner. It is done in Trans7 as the television channel every Sunday at 10.00 a.m. The program is interesting enough, because people who are asked to talk in English is not expert. They are just common society. By talking in English proved that everyone can speak in English, the problem is just in motivation. The theme which are found in pamphlet is *“Walk the Talk: Tingkatkan Kemampuan Berbahasa Inggris Bersama Jason: Setiap Hari Minggu Pukul 10.00 WIB Hanya di TRANS7”*

The other electronic media is radio. LBPP LIA ever has introduced and promoted their products through radio. The broadcaster conveys the programs, price and the benefit to join LBPP LIA. It is purposed to get as many as possible



## APPENDIX 1

students. Radio is used as one of media marketing in LBPP LIA. Hopefully, the information will be delivered to the broad society who involves children, adults and of age. Therefore, the target of students will be obtained.

The last of electronic media is internet. Internet is used to convey some specific information relates LBPP LIA. The website of LBPP LIA Surakarta is [www.liasolo.com](http://www.liasolo.com). The website for the center of LBPP LIA in Jakarta is [www.lia.com](http://www.lia.com). There are many information relates LBPP LIA inside. The user can browse the information needed like the products, price, registration, placement test, job vacancies, etc. The vision and mission of the institution is also placed inside. As Dita stated, “*TV dan internet.*”

### 3) Social Interaction

One way to attract people to join LBPP LIA Surakarta is social interaction. Social interaction is the information obtained from mouth to mouth. The social interaction involves friends, family, neighbor and other. People who give the information are commonly the students or ex-students of LBPP LIA Surakarta. By getting a good service and quality from the institution, they tell the other to join in. They introduce products of LIA to the others as stated by the secretary:

*“Ya tadi ke pelayanan. Dengan pelayanan yang sebaik-baiknya, mereka akan cerita ke temen-temennya. Mereka akan menarik temen-temennya. Tanpa kita minta, tanpa kita suruh untuk mempromosikannya. Mereka sudah melakukannya. Dan menurut kami, promosi dari mulut ke mulut adalah promo yang paling efektif, karena sumbernya adalah mereka yang sudah merasakannya sendiri.” (Interview with the secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2009).*

## APPENDIX 1

The social interaction includes the relationship between friends, family and others. They get the information from their relative, so that they believe the information. The greatest marketing uses this media. People tend to believe the information which comes from their friends or family who ever join the same course. It is like the statements from the students: Sabrina said, *“Tau LIA dari orang tua.”* Gadis said, *“Ya, dari temen-temen aja yang crita-crita gitu.”* Ervina said, *“Tau info tentang LIA dari temen, keluarga,”* from the information above, can be said that almost of the information relates LBPP LIA is conveyed from mouth to mouth.

### f. The Marketing's Activities

The marketing activities are the activities which purposed to introduce and promote the products to the society. These activities are important to attract the people interest to join the course. LBPP LIA involves some activities of marketing consisting of sponsorships, social activities, scholarships, conferences, reading competition, and extracurricular activity.

LBPP LIA is involved in sponsorships. It gives sponsorships for some education institution such as schools, university and education institution. LBPP LIA gives sponsorships for SMA N 1 Surakarta, SMA Warga, Sebelas Maret University, Muhammadiyah University, etc. Sponsorships is given to help some kind of competitions relates English. The competitions are reading contest, speech contest, story telling, news reading, and debates. The school gives the proposal of competition, and then LBPP LIA selects the proposal based on the positive value or beneficial for the course as the secretary said: *“O itu sponsor kegiatan.”*

## APPENDIX 1

*Misalkan ada seminar mahasiswa, di HMP-HMP di kampus-kampus, mereka memasukkan suatu proposal. Kita pelajari proposal itu, nanti dari kegiatan itu ada nilai positifnya nggak bagi LIA, nilai plus nya apa.”*

Sponsorships are given not in the form of money, but it tends to some things and judging a case by jury. In sponsorships, LBPP LIA gives seminar kit, back draft, banner, and block note. Those things are labeled by LBPP LIA Surakarta. Banner is made by LBPP LIA and given to the school or university applying the sponsorships as stated by the secretary: *“Seminar kit, block note, back draft, spanduk, penjurian. Kalau lombanya itu speech contest seringnya kami yang jadi juri. Kita kirim tenaga yang nantinya akan menjadi juri. Lomba-lombanya itu bisa story telling juga.”*

Many students get the information of LBPP LIA from sponsorship of English competition. If their school or programs holds the competition of English, they will offer the sponsorship to some institutions. One of them is LBPP LIA Surakarta. If LBPP LIA accepts their proposal, it will give some things labeled by LBPP LIA Surakarta. The information above is similar with the interview of some students. Sabrina said, *“Tahu kalau LIA mensponsori kegiatan-kegiatan lomba.”* Gadis said, *“Tau Mbak. Lomba-lomba Bahasa Inggris paling.”*

The second activity is social activity. LBPP LIA Surakarta has held the social activity for the victims of earthquake such as Klaten and Yogyakarta. Beside that the social activity also holds in orphanages. In the social activities, people are taught about English, life skill, motivation, etc. People do not pay for this activity. They just join and enjoy the programs. The student knows the

## APPENDIX 1

information about social activity; Dita said that, *“Iya pernah ada baksos.”* As stated by the secretary:

*“Ya, ada kegiatan bakti sosial. Kegiatan sosialnya itu Bakti Sosial ada di tempat lain misalkan ke daerah gempa, kemudian kita juga menyediakan beasiswa. Beasiswa bagi anak-anak yang kurang mampu, kita salurkan lewat pantai asuhan, dan beasiswa intern itu sendiri.”* (Interview with the secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2009).

The next activity is scholarships. Scholarships are provided for the students having the highest score in the class and getting more than score of four in the programs. Actually, it is tend to be given to the clever but poor students. The form of scholarship is free payment for one level. The information is given by the secretary: *“Ya, ada beasiswa. Tiap term bagi siswa yang terbaik nilai di levelnya dengan catatan scorenya di atas 4 dan terbaik dan tertinggi di antara lainnya satu paralel di kelas, dapat beasiswa gratis satu term.”*

The students who get score five will get the scholarships directly. It is focused on the students' achievements. It is purposed to motivate the students to improve their ability in English. When the researcher asked: *“Kalau dalam kesempatan ada siswa yang sudah mendapat beasiswa lalu dia mendapat nilai 5 atau yang terbaik itu apakah pasti langsung dapat beasiswa?”*, the secretary answered, *“Bisa.”* It is purposed to motivate the students to improve their ability in English. The secretary also said, *“Beasiswa itu untuk siswa yang nilainya tertinggi di levelnya. Berupa beasiswa satu term free.”*

The secretary stated that *“Biasanya kita ikutkan dalam sponsorship itu ya. Biasanya kita menediakan tiga hadiah. Untuk juara satu ada kursus gratis di LIA untuk satu level, Juara dua dapat potongan kursus berapa persen, juara tiga ada potongan berapa persen gitu.”* (Interview with the secretary DNG on 1<sup>nd</sup> May 2009).

## APPENDIX 1

The scholarship is actually given for the poor but clever students. It is hoped to get the target. The students may get the chance to get the scholarships for beginning up to graduate of the course if he/she always gets the high score in the term. One of the students who always getting the free course is Pradhita, as stated by the secretary:

*“Ada yang berlanjut terus beasiswanya. Ada beberapa orang dulu dari level satu sampai dengan lulus itu dia langganan beasiswa. Anaknya itu namanya Pradhita. Bapaknya itu kalau ngambil pasti nangis. Karena saking terharunya. Karena dia di sekolahnya juga anak orang biasa dalam artian dia anak orang kurang mampu.” (Interview with the secretary DNG on 1<sup>st</sup> May 2009).*

The form of scholarship is not money but free course. It is also given for sponsorships. The winner of any English competition will get free course for one term. This chance is given for the champions of certain competition like debates, story telling, etc which is held by certain schools or university as stated by the secretary:

*“Ya siswa di luar LIA. Biasanya kita masukkan ke sini kelompok-kelompok tertentu, kita berikan hadiah-hadiah, kayak di fakultas sastra UNS kan kadang-kadang ada lomba debat, telling story. Yang menang nanti kita kasih beasiswa untuk satu term. Dari beberapa perguruan tinggi lain atau sekolah-sekolah lain juga ada.” (Interview with the secretary DNG on 23<sup>rd</sup> April 2009).*

The conferences are in order to celebrate the birthday of LBPP LIA Surakarta. LIA Research Colloquium is held at Yogyakarta on 25-26 June 2009. The theme is fostering professionalism through action research. This conference is participated for English language teacher, teacher-researcher, language program supervisors, school principals, policy markers, LIA research community. The information relates this conference can be found in [www.liaconferences.com](http://www.liaconferences.com).

## APPENDIX 1

Based on the pamphlet of the conference LBPP LIA, there are the purposed of the conference: To provide a forum of discussions and information exchange on Classroom Action Research practices and to update teachers-researches with current issues and methodologies in Classroom Action Research. This information also stated by the secretary: *“Kegiatannya itu acara LIA conference yang bisa dibuka di [www.liaconferences.com](http://www.liaconferences.com) tempatnya di Yogyakarta.”*

Reading competition is held by each branch of LBPP LIA in Indonesia. The students are joined to the competition to compete their reading ability each other in one institution. After that, the winner has to go to LBPP LIA Jakarta as the central of institution. The winners from each branch will be competed each other. As stated by the secretary: *“Kalau yang umum ini ada lomba news reading untuk umum, pelajar dan mahasiswa yang diselenggarakan oleh setiap cabang LIA, dari pemenang daerah nanti kita kirim ke LIA pusat, yang masuk finalis orangnya nanti akan dibawa ke sana.”* The participation of each institution as branches is very important to make the competition successfully. The finalists have to go to LIA Pusat to find the winner.

The last is extracurricular activity. This activity is held in some school and institution. The teachers of LBPP LIA Surakarta come to the school and then teach English as the extracurricular programs. It is held after the time of teaching learning process. Some schools joined with LBPP LIA Surakarta for the extracurricular program are SMP N 2 Wonogiri, Pondok Pesantren As-Salam, Poltek Pratama Mulia, etc.

## APPENDIX 1

### g. The Services of LBPP LIA to the Students

The services are the important points to attract the students' interest to join the course. The good service will make the customer enjoying their learning at the course. By giving the good services to the students, they will like the course and automatically asking their friend to enjoy the same too. The services given to the students include some points. They are facilities, the teaching quality, and the services of the staffs.

The facilities are divided into some points. They are students' facilities, teachers' facilities, and common facilities. The students' facilities includes 20 classrooms which consists of television, tape recorder, chair, white board, and air conditioner. As the observation of the researcher: *Pengamat berada di luar ruang kelas karena ruang kelas terkunci sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai. Fasilitas di beberapa kelas cukup lengkap. Terdiri dari white board, meja, kursi, TV, tape recorder, kalender, AC, dan slogan FIESTA. Namun ada separoh ruangan lain yang tidak tersedia TV. (the writer' s observation on 1<sup>st</sup> may 2009)* the students, Dita says that *“Di kelas ada TV, tape, AC, alat-alat peraga yang dibawa setiap guru.”*

In order to improve the students, ability in English, there are some learning facilities given to the students. It is given once in the early of term for each student. They are students' book, work book, CD, magazine of C' and S', stickers, and block note. AOO states that *“Untuk setiap siswa, selain menerima student's book, mereka juga menerima workbook untuk PR. Mereka menyelesaikan di rumah, guru tidak membahas di kelas kecuali untuk yang siswa*

## APPENDIX 1

*kesulitan. Dan siswa juga mendapatkan listening berupa CD. Jadi siswa selain belajar di sini juga belajar di rumah. “(Interview with the AOO WD on 24<sup>th</sup> April 2009). Beside that, the student adds the same information about the facilities, Dita says that “Work book sama student’s book. Itu ada dua. Satu dikerjakan di rumah, satu dikerjakan di sekolah. Trus dapat kaset CD juga. Majalah. C ‘n S. Cool and Smart”*

The teachers also get some facilities to support their teaching and improve their ability in English. The facilities are different with the students. They includes: teachers’ library, internet, and indovision. They are the sources for the teacher for the teaching. By giving more sources, it motivates the teachers to improve their teaching quality which include of the teaching techniques, methods, kind of material, etc. as stated by the AOO: *“Ya, kami sediakan perpustakaan khusus guru, kami sediakan koneksi internet, kemudian indovision.”* This facilities is only given for the teachers. Therefore, they are placed in the teachers’ room, and are not place in the common place.

The common facilities are given for all of the member of LBPP LIA Surakarta. It is given to the teachers, students, staffs, etc. the facilities is placed in the building of LBPP LIA where can be reached by them. They facilities are canteen in the first floor, two toilets for man and woman in every floor, mosque in the first floor. As stated by Ervina, *“mushola, kantin, toilet.”*

The teachers also play the important roles in giving the services to the students. They have the directs interaction and the main point of the teaching learning process. As the education institution, LBPP LIA has two main points.



## APPENDIX 1

They are the teachers and the students. The good teaching quality is the important service in an English course. The teacher who has a good teaching quality and personality usually makes the students are interested to join the course and motivated to improve the English skill. As stated by the students Sabrina: *“Enak tu, baik, menarik, ya kaya temen tu, ndak kaku.”* Dita adds that, *“Tapi sebagian besar penyampaianya enak banget, tiap orang bawa alat peraga tersendiri.”* Etvina states that, *“Ee ya lumayan enak sih kak, tapi cowok. Jadi menyenangkan”* Gadis also states that, *“Tentornya enak sih. Kita juga diajak guyon. Trus mereka juga, apa namanya, kalau ngajar tu bener-bener yang jelas gitu lo, kalau kita nggak ngerti bisa nanya. Dijelasin satu-satu gitu. Enak si. Komunikatif gitu. Kan ada game nya juga. Jdi game nya itu bisa buat refreshing gitu.”*

The receptionist is the door of the students to join the course by registering the course. They will meet with the staffs of receptionist. A good service from the staffs will influence the customer about the course. The staffs will accept the customer with good service like answering the questions, explaining the process of registrar, receiving the money, smiling, etc. as stated by the AOO: *“Tapi dari sikap, dari tindak tanduk itu sudah bisa mencerminkan sebagai marketing yang bagus. Jadi misalkan tanpa kami minta, semua front officer itu menerima tamu dengan senyum itu sudah marketing.”*

## APPENDIX 1

### 2. The Extent of How Far Marketing Management Can Attract the Students' Interest to Join LBPP LIA Surakarta

The research findings of the extent of how far marketing management can attract the students' interest to join LBPP LIA Surakarta are described as follows:

2. The extent of marketing management attracts the students' interest to join LBPP LIA	<p>1) Based on students' consideration, the quality of the course is the components that increase the students' interested to join an English course.</p> <p>2) The quality of the course includes the role of the teachers, facilities, methods, and the graduates which are influential.</p>
--	--

Table 4. 4. Research findings of the extent of how far marketing management can attract the students' interest to join LBPP LIA Surakarta

The students have their own reasons to join certain English course. Their reasons are different each other. Proofing that they have their own purpose to study English in the course, they will join the appropriate course with their need. There are some reasons from the students who join the course. This information are achieved from the interview. There is a student who interested to join LBPP LIA because of the quality of the course. The student is AB who interested with LBPP LIA Surakarta because of the quality of the course. She know LBPP LIA from the other, she stated that LBPP LIA has a good quality in teaching English. She said, "*O, itu Mbak di LIA aja, kualitasnya bagus tu*". Her first interested to LBPP LIA is caused by the quality of the course.

The quality of the course is the evidence that course is credible. The credibility of the course can be seen from the graduates. If almost of the graduates are successful in the job, it is the attractive consideration about the ability achieved from learning English at a certain course. The successful of the

## APPENDIX 1

graduation seems like the key word showing where is the good course and not. As stated by Ervina: *“Udah banyak lulusan-lulusan yang sukses gitu lho kak.”* The students are interested to join LBPP LIA caused by the successful of the graduation.

The famous course is chosen by the students as the appropriate criteria. Everyone will interest with something good. Famous is one of the criteria showing the best of the course. The more famous of the course, there are many students will interest. Some courses often do many things to attract the students' interested by using the other symbol or name in LBPP LIA, the abbreviation of LIA is Lembaga Indonesia Amerika. It is an organization built to make a good relation between two countries. Almost Indonesian are influenced to join the course because the name of Amerika as a big country. As stated by Ervina: *“Kenapa ya kak, karena LIA udah terkenal gitu. Lembaganya Indonesia-Amerika gitu.”* Dita adds, *“LIA terkenal”*

After the students join to the course, many students continue their study to the next level. Some of the students join the course more than one levels. Like Dita who has joined to the course for six periods, AB and AA have joined to the course for two periods, and Gadis who has joined to the course for three periods. Those signed the loyal customers. They still join to this course without influenced with the other courses. As stated by the students: Sabrina said, *“Baru 4 bulan ini. (dua periode)”*, Dita said, *“Sudah 1,5 tahun. (6 periode)”*, Gadis said, *“Iya 6 bulanan (tiga periode).”* Ervina said, *“Ya, ini udah empat bulan.”* AA said, *“Kira-kira 4 bulan. Dua periode tu.”* AB said, *“Saya juga 4 bulan.”* Their statements

## APPENDIX 1

show that they have joined LBPP LIA for some levels. They are continuing the same programs in different levels. It can be said that they are the loyal customers.

They join to the same course for some periods because of some factors. For example, there is a student of LBPP LIA, Sabrina, who has joined for 2 terms/levels. She stated that she like LBPP LIA because this course has a good service in teaching learning process. The teacher taught the lesson friendly and understandable. Almost of the teaching methods are used games in order to make the lesson enjoyable and relax. She said, *“Kata-katanya itu simple tapi mudah dimengerti, Gurunya ramah-ramah. Cara pengajarannya itu mudeng. Pelajarannya itu ndak tegang, santai, dibuat santai, dan setiap hari itu pakai permainan gitu lah.”* From the statement above, it can be concluded that Sabrina is interested to join the course because of the teaching method in the class. Teaching method is a kind of service. It means that good service is a good point in marketing.

The teaching methods or teaching techniques is still a good point for the students' interested to join certain course. A good teaching method will make the students more understand with the material given. For example games. Games make the students enjoy the lesson and actively. The students improve their ability, like oral skill unconsciously. As stated by the students. Gadis said, *“Kan ada game nya juga. Jadi game nya itu bisa buat refreshing gitu.”* Dita states, *“Pembelajarannya menarik.”* The teaching learning process which is attractive and varieted will not make the students bored. It can make the students interactive and active. The information is given by Dita, *“Kegiatan belajar mengajar bagus*

## APPENDIX 1

*dan menarik, karena setiap waktu ada variasi. Jadi aku ngak bosan. Dengan temen-temen juga interaktif.”* The other methods which make the students enjoy the learning are discussion. It can increase the students’ actively in the class, moreover in class speaking. Discussion makes the students more confidence in conveying the idea through oral. As stated by Dita, *“Diskusi yang membuat anak-anak aktif.”*

The other reasons are the role of the teachers. The good quality of the teacher makes the students motivated. Although every teacher has their own characteristics, they are trained to convey the material clearly and bring the media of teaching. As stated by Dita, *“Tiap pengajar mempunyai karakteristik yang berbeda-beda. Tapi sebagian besar penyampaian nya enak banget, tiap orang bawa alat peraga tersendiri.”* The other characteristics of good teacher are friendly, communicative, clearly explaining, and creative. As stated by gadis, *“Kita juga diajak guyon. Trus mereka juga, apa namanya, kalau ngajar tu bener-bener yang jelas gitu lo, kalau kita nggak ngerti bisa nanya. Dijelasin satu-satu gitu. Enak si. Komunikatif gitu. Kan ada game nya juga. Jadi game nya itu bisa buat refreshing gitu.”*

The last is facilities. The completed facilities show the credible of the course. The completed facilities will influence the teaching learning process. It also can increase the students’ motivation in improving the ability. The facilities are classrooms, television, tape recorder, chairs, air conditioner, white board, students’ book, work book, magazine, mosque, toilet, and canteen. The information is similar with the information given by the students. Dita said,

## APPENDIX 1

*“Work book sama student’s book. Itu ada dua. Satu dikerjakan di rumah, satu dikerjakan di sekolah. Trus dapat kaset CD juga. Di kelas ada TV, tape, AC, alat-alat peraga yang dibawa setiap guru.”* Ervina said, *“Itu AC, tape, TV, mushola, kantin, toilet.”* Sabrina said, *“Ada AC, TV, radio”*

Based on the research findings, the theory constructed is that marketing management at LBPP LIA Surakarta attracts the students’ interest to join LBPP LIA Surakarta in the case of the media of marketing, marketing activities and the quality of the course which involves the role of the teachers, facilities, methods, and the graduates.

## B. Discussion

The next step of qualitative research is discussion. Discussion presents the justification of the theories constructed from the research findings and the previous theories proposed by the experts. In this case, the theory constructed from the research findings is that marketing management at LBPP LIA Surakarta attracts the students’ interest to join LBPP LIA Surakarta in the case of the media of marketing, marketing activities and the quality of the course which involves the role of the teachers, facilities, methods, and the graduates.

The first point that attracts the students’ interest to join an English course is media of marketing. The media used in marketing at LBPP LIA Surakarta is divided into three media like printed media, electronic media, and social interaction. The printed media consists of leaflets, brochure, magazine and newspaper. The electronic media consists of television, radio and internet. Social

## APPENDIX 1

interaction is the information obtained from mouth to mouth. The social interaction involves friends, family, neighbor and other. Based on the theoretical review, Cohen (1998: 64) states that most marketers divide promotion into additional categories of face-to-face selling, sales promotion, advertising, and publicity.

McCarthy and Perreault (1990) states that Sales promotion refers to those promotion activities – other than advertising, publicity, and personal selling – that **stimulates interest**, trial, or purchase by final customers or others in the channel. This can involve use of coupons, point-of-purchase materials, samples, sign, catalogs, novelties and circulars.

The Second point that attracts the students' interest to join an English course is marketing activities. In the marketing's activities at LBPP LIA Surakarta, the marketing activities are some activities which purposed to introduce and promote the products to the society. These activities are important to attract the people interest to join the course. LBPP LIA involves some activities of marketing consisting of sponsorships, social activities, scholarships, conferences, reading competition, and extracurricular activity. Those are called the promotion activities. White et al (2001: 216) states that promotion may be thought of as all the activities involved in a) raising customer awareness of what the school offers; **b) attracting customer interest**; c) stimulating desire; d) keeping the school and its services in the minds of all those involves in the decision-making process; e) assuring those attracted but uncertain; f) giving information about the school and its services; g) reinforcing feelings of satisfaction with services already bought.

## APPENDIX 1

The last point that attracts the students' interest to join an English course is the quality of the course. Reeves and Benard in Hoy, Wayne K, et. al (2001: 308) stated that the most widely used definition of quality is the extent to which a product or service **meets or exceeds customer or client expectations**. From a policy maker's point of view, an example for educational settings would be the degree to which schools are meeting or exceeding state or standards for academic achievement.

Lupiyoadi (2001:144) wrote that the customer delivered value added is strongly based on the factor of service's quality. The quality of the products or services given by the company can create the positive perception of customer and the loyal customer. As stated by Hoy (2000: 20), quality in education is an evaluation of the process of educating which enhances the need to achieve and develop the talents of the customers of the process, and at the same time meets the accountability standards set by the clients who pay for the process or the outputs from the process of educating. It reflects that a process is a core to determine the quality of an institution.

The role of teacher in the teaching learning process will influence the quality of the course and improve the students' interest. The teacher should know what does the student's need and then plan the methods to make the class actively and enjoying. Crookes and Chaydrin (2001: 38) propose that the key participants in classroom organization are the teachers, the teacher aide or trainee, the individual students and grouping of students, the class as the whole, the language presentation material used (e.g. text book, media) and any visitors or outsiders.



## APPENDIX 1

This combination effects on language learning process. McDonough (2002: 409) states that as teachers and as learners, we inhabit rather different worlds, just as we can compartmentalize other areas of our lives – employee, friend, parent, colleague, and so on. Recent work on the sources of language teachers' beliefs and practice is beginning to yield insights into the complexity of the process.

In LBPP LIA, teachers have to develop the class actively and communicatively. It is important in order to improve the students' oral skill. Therefore, there are many students enjoy the learning because of the teacher' personality is interesting. Beside that, the teachers are able to be a friend with their students. They can make a good communicatively each other. The students can ask the difficulties in the learning easily and the teacher can explain the material clearly. Arends (1998: 12) states four attributes of effective teachers: (a) **effective teachers has personal qualities that allow them to develop authentic human relationships with their students, parents, and colleagues** and to create democratic classrooms for children and adolescents, (b) effective teachers have positive dispositions toward knowledge, (c) effective teachers command a repertoire of teaching practices known to stimulate student motivation, to enhance student achievement of basic skills, to develop higher-level thinking and to produce self-regulated learner, (d) effective teachers are personally disposed toward reflection and problem solving.

The method is very important to maintain the quality of the course and influence the students' interest to join the course. The attractive methods will make the students enjoy the learning and motivate them in the teaching learning

## APPENDIX 1

process. As explain by the expert, method is the level at which theory is put into practice and at which choices are made about the particular skills to be taught, the content to be taught, and the order in which the content will be presented (Richard and Rodgers, 1993: 15). From the theory, the teaching methods have to be arranged effectively so that the objectives of the institution can be achieved. The planning of teaching methods involves the material which will be given, the way/strategy giving the material and the kind of skill itself.

Teaching method means the principal applied in teaching. Howard (1988: 97) states that a good teacher uses a variety of teaching methods and does not depend entirely upon any of these. Therefore teachers have to applied many kinds of teaching method in creating good teaching. There are some methods in language teaching stated by Richard and Rodgers (1993), they are Grammar-translation Method, Direct Method, Oral Approach and Situational Language Teaching, Audio-lingual Method, Communicative Language Teaching, Total Physical Response, Silent Way Method, Natural Approach, and Suggestopedia. The kinds of teaching method mentioned above are the classical methods.

At present, many new teaching techniques or methods propose by many experts. For instances, demonstration, discussion, questioning, drilling, panel discussion, debate, problem solving, projects, drama, role playing, field trips, and even games. The last technique is now become the favorite technique. It is because the implementation of this technique is easy, fun and attractive. Learning with game is also can make the students learn unconsciously. They like and enjoy the games but actually they are learning something.

## APPENDIX 1

Almost of the students in LBPP LIA Surakarta is teenagers or young learners, therefore the teaching method needed is attractively like games and discussions. The consideration of choosing the specific methods is based on the age of students in certain classes. Vale (1995: 1170 states that **play have a key role in learning process for children and is a source of motivation, interest and enjoyment.** From the theory above, we can compare with the fact in LBPP LIA. In interview, the students state that they are interested to join LBPP LIA because of the teaching methods. As their friend stated, the teaching methods in LBPP LIA is very interesting and attractive. Therefore, the students can enjoy learning English in their class unconsciously, communicatively and effectively.

The students may interest with the course caused of some factors. One of them is the successful graduation. It is the internal factor. They have the intrinsic motivation. Badawi (1990: 42-44) states that the success of learning a language depends upon two main factors namely internal and external factors. Internal factors are psychological, i.e.: those which come directly from the students. **These factors include the students' expectations, the students' willingness to learn and their attitude, intelligence, interest, memory, independent hearing and sight.**

The facilities will support the teaching learning process of language learning. The completed facilities are the teaching aids in improving the students' ability. External factors are facilities that support the process of learning, such as the teacher's competence, appropriate materials, teaching aids, class situation, approach, methods, and techniques. The teacher's competence includes the

## APPENDIX 1

knowledge and ability to manage the class, ability to motivate the students and to transfer the knowledge of the students. (Gagne, 1999: 43-440). Howard (1988: 155) states that **learning can be much enhanced and teaching made more interesting by the judicious use of audio-visual aid**. He mentions the kinds of audio-visual equipment and materials, namely: (a) the sound motion picture projector, (b) Filmstrip projectors, (c) the opaque projector, (d) the overhead projector, (e) radio, recordings and tapes, (f) television. While the graphic media, namely: (a) chalk boards, (b) bulletin boards, (c) pictorial materials, (d) maps and globes.

Having justified the theory constructed from the research findings and the expert's theories, it can be said that the theories are appropriate. The theory constructed that marketing management at LBPP LIA Surakarta attracts the students' interest to join LBPP LIA Surakarta in the case of the media of marketing, marketing activities and the quality of the course which involves the role of the teachers, facilities, methods, and the graduates.

## **APPENDIX 1**

### **CHAPTER V**

#### **CONCLUSION AND SUGGESTION**

The writer discusses two main points in this chapter namely conclusion and suggestion.

##### **A. Conclusion**

In this section, the writer comes to the conclusion of the research. Based on the research finding and discussions, the writer finds the main idea in answering the problems of the research. In brief, it can be drawn the theory that marketing management at LBPP LIA Surakarta attracts the students' interest to join LBPP LIA Surakarta in the case of the media of marketing, marketing activities and the quality of the course which involves the role of the teachers, facilities, methods, and the graduates.

Dealing with the quality of the course, the students are interested to join the certain course because they choose the course which has a good quality. A good quality can be seen from the successful graduation or the ability of the students. Beside that the course which has completed facilities are included has a good quality too.

The teacher has a very important role in improve the students' ability in English. The good quality of the teacher makes the students motivated. Although every teacher has their own characteristics, they are trained to convey the material clearly and bring the media of teaching. The other characteristics of good teacher are friendly, communicative, clearly explaining, and creative.

## **APPENDIX 1**

The teaching methods in LBPP LIA is variety and attractive. It is arranged to increase the students' motivation in teaching learning process. The teaching methods or teaching techniques is still a good point for the students' interested to join certain course. A good teaching method will make the students more understand with the material given. For example games. Games make the students enjoy the lesson and actively. The students improve their ability, like oral skill unconsciously. The other methods which make the students enjoy the learning are discussion. It can increase the students' actively in the class, moreover in class speaking. Discussion makes the students more confidence in conveying the idea through oral.

Dealing with the facilities of LBPP LIA, the facilities are the classrooms, television, tape recorder, chairs, air conditioner, white board, students' book, work book, magazine, mosque, toilet, and canteen. The facilities are the aids to support the students' learning. The completed facilities will help in developing the students' ability in English.

Dealing with the media used in marketing management at LBPP LIA Surakarta, it is found that the media of marketing is very good and continually from year to year to attract the students' interest to join the course. The media used is printed media, electronic media and social interaction. The printed media consists of leaflets, brochure, magazine and newspaper. The electronic media consists of television, radio and internet. Social interaction is the information obtained from mouth to mouth. The social interaction involves friends, family, neighbor and other.

## **APPENDIX 1**

The media of marketing can not run smoothly without the participation of all of the staffs of LBPP LIA Surakarta. Although there is not the specific division of marketing, the secretary can handle the programs of marketing well. Therefore, all the staffs of the institution are participated to introduce the products to the customers. The secretary holds the program of product knowledge for all of the staffs. They are collected and given the explanation about the products. Therefore, the staffs are able to do marketing.

Beside the media, the activities of marketing also influenced the students' interest to join an English course. In LBPP LIA Surakarta, the activities of marketing involve sponsorships, social activities, scholarships, conferences, reading competition, and extracurricular activity. All of the branches of LIA is cooperated under the instruction of the central LIA of Jakarta in order to success the activities.

The management of marketing is held for some purposes. One of them is to get as many as possible students. It means that, that purpose is profit for the common company. Beside that, LBPP LIA Surakarta is an education institution. The specific objectives can be seen in vision and mission. Both show the education marketing of academic institution. It states in the vision that LBPP LIA is established as the learning center and springing up in Indonesia through some programs and the facilities for language learning. It also has the education purpose to improve their spoken skill.

The students' interest to join an English course is influenced by the influence of their surrounding. They are interested by the information given by

## **APPENDIX 1**

their friends or family, leaflets, brochures, sponsorship, social activities, etc. Firstly, they need to improve their skill of English. Then, they look for the information about the course which can fulfill their need. After they find it, if the course is appropriate with them, they will register to the course.

### **B. Suggestion**

After analyzing the data and making the conclusion, the writer has some suggestions for the better management improvement. The suggestion can be described as follows:

1. To the policy makers of marketing at LBPP LIA.

The policy maker should prepare the marketing more creative, because almost of the target market is the teenagers, so that the media needed is relevant to the young world. It should be a division of marketing which concentrates on marketing's media and activities.

2. To Students

The students are required to join some education institution where as a place to improve their English proficiency. The feeling of interest on English should be applied by register to a kind of English course.

3. To Teachers

The teachers can use the result of this research as a guide to be the entrepreneurs in creating and managing their own English course.



**APPENDIX 1****4. To English Department at University**

The English department at university should prepare their students well in case of mastering English because, their competence as a professional teacher very needed in recent situation. One of them is the requirement of English course teachers who are competence and professional.

## APPENDIX 1

### Bibliography

- Abu Ahmadi dan Widodo Supriyono. 1991. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Alexander, P. A., Jetton, T. L. & Kulikowich, J. M. (1995). *Interrelationship of knowledge, interest, and recall: Assessing a model of domain learning*. *Journal of Educational Psychology*, 87, 559-575. Available at <http://goliath.ecnext.com/>. Downloaded on 26 January 2009.
- Assauri, Sofjan. 1990. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ainley, M., Hidi, S. & Berndorff, D. (2002). Interest, learning, and the psychological processes that mediate their relationship. *Journal of Educational Psychology*, 94, 545-561. Available at <http://goliath.ecnext.com/>. Downloaded on 26 January 2009.
- Badai, A. 1999. *Bimbingan Kelompok di Sekolah*. Yogyakarta: Yasbit Damai.
- Bartol, Katryn M and Martin, David C. 1998. *Management*. New Baskerville: The McGraw – hill Companies, Inc.
- Bimo Walgito. 1998. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Brown, H. Douglas. 1994. *Principles of Language Learning and Teaching*. New Jersey: Prentice Hall.
- Chapman, Alan. 2001. *Maslow's Hierarchy of Needs*. Available at [www.businessballs.com](http://www.businessballs.com). Downloaded on 25 March 2009.
- Cohen, William A. 1998. *The Marketing Plan*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Cruickshank, Donald R. et. Al. 1999. *The Act of Teaching*. New York: McGraw – Hill Companies, Inc.
- Cunningham. W. G & Corderio, P. A. 2000. *Educational Administration: A Problem – Based Approach*. Needham Heights: Allyn & Bacon.

## APPENDIX 1

Elliot, Stephen N. et. al. 2000. *Educational Psychology: Effective Teaching, Effective Learning*. Boston: The McGraw-Hill Companies, Inc.

\_\_\_\_\_. 1999. *Educational Psychology: Effective Teaching, Effective Learning*. Boston: The McGraw-Hill Companies, Inc.

[Elsevier B.V.](http://www.sciencedirect.com/) 2002. *Learning and Instruction*. Elsevier Science Ltd . Available at <http://www.sciencedirect.com/>. Downloaded on 26 January 2009.

Demarie, D., & Aloise-Young, P. 2003. *College Students' Interest in Their major*. Available at <http://findarticles.com/>. Downloaded on 22 January 2009.

Dimiyati and Mujiyono. 2002. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

Dinas Pendidikan. 2008. *Sekolah Berstandar Internasional*. Available at <http://www.dispendikabprob.org/>. Downloaded on 7 April 2009.

Eric N, Berkowitz. et. al. 2000. *Marketing*. North America: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Faculty of Education. 2008. *Non-Formal Education*. (Ed. Cradall Web Editor). Available at <http://www.gla.ac.uk/>. Downloaded on 28 February 2009.

Gagne, et.al. 1999. *Principal of Instructional Design*. New York: Rinehart and Winston Inc.

Gibson, James L. et. al. 2004. *Organizations: Behavior Structure process*. New York: The McGraw – Hill Companies, Inc.

Halland, Ken and Malan, Katherine. 2003. *Affective Aspects in Learning and Teaching Programming*. Available at <http://www.cs.umu.se/f/>. Downloaded on 26 January 2009.

Hersey, Paul. 1996. *Management of organizational Behavior: Utilizing human Resources*. New Jersey: prentice – Hall, Inc.

Hidi, Suzzanne. 2002. *Interest: A Unique Motivational Variable*. Science Direct. Elsevier Science Ltd. Available at <http://www.sciencedirect.com/>. Downloaded on 26 January 2009.

## APPENDIX 1

- Hollensen, Svend. 2003. *Marketing Management: A Relationship Approach*. London: Ashford Colour Press, Ltd.
- Hoy, Wayne K and Miskel, Cecil G. 2001. *Education Administration*. New York: The McGraw – Hill Companies, Inc.
- Impey, Graham and Underfull, Nie. 1994. *The ELT Manager's Handbook*. Great Britain: The Bath Press.
- International Labour Organization. 2008. *National Initiatives Concerning Non-Formal Education and Training – Myanmar*. Available at <http://www.oit.org/>. Downloaded on 3 March 2009.
- Kartini Kartono. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: PT Mondar Maju.
- \_\_\_\_\_. 1990. *Psikologi Umum*. Bandung: Mondar Maju.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2006. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education International.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Maltby, Florence. 1995. *Educational Psychology: an Australian and New Zealand perspective*. New York: John Wiley and Sons.
- McDonough, Jo. 2002. *The Teacher as Language Learner: Worlds of Difference*. *ELT JOURNAL*. Volume 56 issue 4.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moore, Kenneth D. 1999. *Middle and Secondary School: Instructional Methods*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

## APPENDIX 1

- McCarthy, E.Jarome and Perreault, William D. 1990. *Basic Marketing*. Tokyo: Richard D. Irwin, Inc.
- Mulyana, Dedy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitative*. Bandung: PT. Remeja Rosdakarya.
- Nurkamto, Joko. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Organization for Economic Co-operation and Development. 2008. *Recognition of Non-formal and Informal Learning - Home*. Available at <http://www.oecd.org/>. Downloaded on 28 February 2009.
- Renninger, K. A. 2002. *Individual Interest and its Implications for Understanding Intrinsic Motivation*. Science Direct. Elsevier Science Ltd. Available at <http://www.sciencedirect.com/>. Downloaded on 26 January 2009.
- See, Alan. 2007. *The Definition of Marketing*. University of Phoenix. Available at <http://www.customerthink.com/>. Downloaded at 21 January 2009.
- Smith, Mark K. 2001. *Non-Formal Education*. Available at <http://www.infed.org/biblio/b-nonfor.htm>. Downloaded at 21 Februari 2009.
- State University. 2009. *Interest and Effort in Education*. New York: Houghton Mifflin. Journal of Education. Available at <http://education.stateuniversity.com/>. Downloaded on 22 January 2009.
- Strauss, Anselm and Corbin, Juliet. 1990. *Basics of Qualitative Research*. California: SAGE Publication.
- \_\_\_\_\_. 1998. *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suharsimi, Arikunto. 1990. *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sumawihardja, Surachman, et al. 1991. *Intisari Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

## APPENDIX 1

- Sutopo, H. B. 2002. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Syaiful Sagala. 2008. *Budaya dan Reinventing Organisasi Pendidikan: Pemberdayaan Organisasi pendidikan ke Arah yang Lebih Profesional dan Dinamis di provinsi, Kabupaten/ Kota, dan Satuan pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Ormrod, Jeanne Ellis. 2003. *Educational Psychology: Developing Learners*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 *tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas)*. Jakarta
- Wade, S. E. 2001. *Research on importance and interest: Implications for curriculum development and future research*. Educational Psychological Review, 13, 243-261. Available at <http://goliath.ecnext.com/>. Downloaded on 26 January 2009.
- Wahab, A. A. 2008. *Anatomi Organisasi dan Kepemimpinan Pendidikan: Telaah terhadap Organisasi dan Pengelolaan Organisasi Pendidikan* (Ed. Riduwan). Bandung: Alfabeta.
- Walter, Stephen L. 1999. *Formal Versus Non-Formal Education*. Available at <http://www.sil.org/lingualinks/literacy/PrepareForALiteracyProgram/FormalVersusNonformalEducation.htm>. Downloaded on 21 Februari 2009
- Webb, Timothy K. 2009. *Marketing Education: Tennessee Marketing Education Mission*. Nashville: Department of Education. Available at <http://www.state.tn.us/education/cte/marketing/>. Downloaded on 29 January 2009.
- White, Ron. et. al. 2001. *Management: In English Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Whydya U, Christina. 2008. *Strategi Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Indeks.
- Wikipedia. 2008. *Education organization*. Available at <http://en.wikipedia.org/>. Downloaded on 23 March 2009.

**APPENDIX 1**

\_\_\_\_\_. 2009. *Education*. Available at <http://en.wikipedia.org/>. Downloaded on 15 March 2009.

Winardi, J. 2003. *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wursanto, Ig. 2003. *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: Andi.

Vale, David and Anne Feunteun. 1995. *Teaching Children English*. New York: Cambridge University Press.

**APPENDIX 1**  
**ALAT PENGUMPULAN DATA**

1. Alat Pengumpulan Data .....	102
2. Blue Print .....	104
3. Protokol Wawancara Dengan Manager Marketing (Secretary) .....	106
4. Protokol Wawancara Dengan Siswa .....	110
5. Protokol Wawancara Untuk Guru (AOO) .....	112
6. Kuesioner untuk Siswa .....	114



## APPENDIX 1

### ALAT PENGUMPULAN DATA

#### **A. Observasi**

1. Proses pendaftaran siswa baru di loket pendaftaran.
2. Pelayanan resepsionis terhadap pendaftaran siswa baru.
3. Media promosi/advertising - printed (leaflet, brosur, newspaper).  
Meliputi:
  - a. Jenis-jenis program kursus bahasa Inggris yang disediakan
  - b. Harga tiap program kursus
  - c. Komentar alumni tentang kesuksesannya setelah mengikuti kursus
  - d. Target akhir yang dijanjikan dari lembaga kursus tersebut
  - e. Jam dan intensitas pertemuan.
  - f. Tenaga pengajar.
4. Media promosi/advertising - electronic (television).  
Meliputi; acara dari LBPP LIA di trans 7 pukul 10.00
5. Media promosi/advertising – activities.  
Meliputi: Kegiatan social, Beasiswa, Sponsorship, Lomba-lomba
6. Observasi proses belajar mengajar di kelas (pengamatan dari luar kelas).
7. Situasi dan kondisi gedung LBPP LIA Surakarta dan lingkungannya.

#### **B. Wawancara**

1. Wawancara dengan Marketing Manager, meliputi:
  - a. Minat siswa
  - b. Marketing in education
  - c. Strategi pemasaran.
  - d. Kepengurusan/pembagian kerja untuk staff pemasaran.
  - e. Media pemasaran/advertising.
  - f. Target pemasaran (misalnya: jumlah peserta, jumlah produk terjual)
  - g. Kendala dalam pemasaran.

## APPENDIX 1

2. Wawancara dengan siswa, meliputi:
  - a. Tujuan mengikuti kursus.
  - b. Alasan ketertarikan mengikuti kursus.
  - c. Hal-hal yang menarik dari lembaga kursus.
  - d. Fasilitas yang diperoleh di LBPP LIA.
  - e. Sumber informasi siswa tentang LIA.
  - f. Informasi melalui printed marketing (leaflet, brosur, baliho)
  - g. Informasi melalui kegiatan outdoor LIA (kegiatan social, lomba, sponsorship, beasiswa, study tour)
  - h. Target akhir yang diinginkan setelah mengikuti kursus.
  - i. Perasaan/feeling setelah diterima dan belajar di lembaga kursus.
  - j. Keterkaitan antara marketing dengan ketertarikan siswa mengikuti kursus.
  - k. Pendapat mereka tentang LIA: kelemahan dan kelebihan.

### C. Dokumentasi

1. Photograph
  - a. Media promosi/advertising (Brochures, leaflets, pamphlets)
  - b. Proses pendaftaran siswa baru.
  - c. Gedung LBPP Lia Surakarta dan lingkungannya.  
     Denah ruangan LBPP LIA Surakarta, Alamat LBPP LIA Surakarta,  
     Batas-batas penting di sekitar LIA
2. Data semua siswa di LIA selama 3 periode terakhir
3. Data program kursus bahasa Inggris yang dibuka di LBPP LIA Surakarta.
4. Media pemasaran di LIA
5. Data marketing secara global.

## APPENDIX 1

### Blue Print

Techniques	Participant	Purpose/ Goal	Data	Analyses
<b>1. Observation</b>	1. Receptionist	~ to know process of the students' registration. ~ to know the receptionist's services toward the customers.	~ Fieldnote	In the form of field notes
	2. LBPP LIA	~ to know the situation and condition of the building ~ to know the facilities of LBPP LIA ~ to know the physical appearance of LBPP LIA	~ Fieldnote	
	3. Teaching Learning Process	~ to know the teaching learning activities. ~ to know the teaching methods. ~ to know the classroom interaction. ~ to know the classroom' facilities.	~ Researcher's written record ~ Photograph	
<b>2. Interview</b>	1. Manager of Marketing	~ to know the marketing management. ~ to know the media of promotion. ~ to know the outdoor activities made the course became famous. ~ to know the students' reasons to join the course.	~ Records of interview (transcript)	Content analysis (Kajian isi) and In the form of field notes
	2. Teacher	~ to know the students' interest in the teaching learning process. ~ to know the role of teacher in marketing	~ Records of interview (transcript)	
	3. Student	~ to know the student' reasons joined to the course. ~ to know the source information about the course. ~ to know the students' interest toward the course.	~ Records of interview (transcript)	
<b>3. Documentation</b>	1. Media of marketing	~ to get the data from leaflet: products, price, etc. ~ To get the data from brochure ~ to get the data from internet ~ to get the data from sticker ~ to get the data from the billboard ~ to get the data from news paper	~ Photograph ~ Fieldnotes ~ Written documents from LBPP LIA	Content analysis (Kajian isi)

## APPENDIX 1

		<ul style="list-style-type: none"> <li>~ to get the data of Sponsorships</li> <li>~ to get the data of scholarhip</li> <li>~ to get the data of eletronic media (television)</li> <li>~ to get the data of social activity</li> <li>~ to get the ata of LIA's study tour</li> </ul>		and In the form of field notes
2.	Data of Students	~ to know the number of students from some periods.	~ Written documents from LBPP LIA	
3.	Data of Teacher	<ul style="list-style-type: none"> <li>~ to know the number of teacher</li> <li>~ to know the teacher classification</li> <li>~ Time table</li> </ul>	~ Written documents from LBPP LIA	
4.	Data of Programs	<ul style="list-style-type: none"> <li>~ Data of course's program.</li> <li>~ The material of each program.</li> <li>~ The price of each program.</li> <li>~ Placement test.</li> </ul>	~ Written documents from LBPP LIA	
5.	Data of training of would be teacher	~ Data of the training material	<ul style="list-style-type: none"> <li>~ Fieldnotes</li> <li>~ Written documents from LBPP LIA</li> </ul>	
6.	LBPP LIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>~ the building and the yard of LBPP LIA.</li> <li>~ to know the environment of LBPP LIA.</li> <li>~ to know the classroom of LBPP LIA.</li> <li>~ to know the facilities of LBPP LIA.</li> </ul>	~ Photograph	

## APPENDIX 1

### *Protokol Wawancara Untuk Manajer Marketing*

#### **Peran Marketing Management Terhadap Ketertarikan Siswa Untuk Mengikuti Kursus Bahasa Inggris**

---

Di bawah ini adalah pertanyaan-pertanyaan untuk menggali data tentang peran management pemasaran terhadap ketertarikan siswa untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris.

##### **a. Minat siswa**

1. Apakah alasan siswa mengikuti kursus di LIA?
2. Apa yang membuat siswa tertarik dan berminat ikut di LIA?
3. Apakah siswa bergabung di LIA karena factor minat/ ketertarikan? Mengapa?
4. Mengapa siswa berminat/ tertarik untuk mengikuti kursus di LIA?
5. Apa sajakah faktor yang mempengaruhi minat siswa untuk bergabung dengan LIA?
6. Bagaimanakah ciri-ciri siswa yang tertarik untuk mengikuti kursus?
7. Program apakah yang paling diminati siswa di LIA?
8. Bagaimanakah kriteria dari program-program yang dominan diminati siswa?

##### **b. Marketing in Education**

9. Apakah marketing menjadi bagian dari manajemen di LIA?
10. Apakah tujuan diadakannya manajemen marketing di LIA?
11. Kalau ada, Apa sajakah kegiatan pemasaran di LIA?
12. Apa sajakah produk/program yang memerlukan pemasaran/marketing?
13. Kalau tidak ada, mengapa LIA sangat terkenal dan memiliki jumlah murid yang sangat banyak (ribuan)?
14. Apakah ada kegiatan lain sebagai pengganti marketing untuk menarik minat siswa agar tertarik ikut kursus?
15. Siapa sajakah pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran/marketing di LIA?
16. Apa sajakah media pemasaran di LIA?
17. Apa sajakah kegiatan lain di LIA selain program kursus Bahasa Inggris?

## APPENDIX 1

18. Apakah kegiatan ini juga dapat disebut sebagai marketing?
19. Apakah kegiatan tersebut diketahui masyarakat umum?
20. Berapakah peserta dari kegiatan ini?
21. Siapakah yang mendanai kegiatan tersebut?
22. Apakah kegiatan tersebut dapat membuat mereka berminat dengan LIA?
23. Apakah LIA pernah mempromosikan produk/ programnya melalui Televisi?  
Kapan dan berapa lama?
24. Apakah LIA pernah mempromosikan produk/programnya melalui internet?  
Apa nama situsnya?
25. Apakah LIA bersedia menjadi sponsorship? Mensponsori siapa?
26. Apakah LIA pernah mengadakan kegiatan sosial? Kapan dan di mana?
27. Apakah LIA pernah mengadakan program beasiswa? Kapan, targetnya siapa dan wujudnya apa?
28. Apakah ada spesifikasi/ ketentuan tertentu dari program yang memerlukan pemasaran/manajemen marketing?
29. Apakah kegiatan marketing di LIA yang merupakan lembaga pendidikan serupa dengan marketing di perusahaan-perusahaan umum?
30. Bagaimanakah marketing yang baik untuk institusi pendidikan itu?
31. Apakah perbedaan antara marketing untuk pendidikan dan untuk perusahaan pada umumnya?

### **c. Strategi Pemasaran.**

32. Bagaimanakah kegiatan pemasaran di LIA?
33. Bagaimanakah strategi pemasaran di LIA ini?
34. Apakah yang dilakukan oleh LBPP LIA untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan?
35. Apakah marketing di LIA juga mempertimbangkan mengenai minat/ ketertarikan siswa untuk bergabung dengan LIA?
36. Apakah ada beberapa cara untuk mempengaruhi siswa agar tertarik dan bergabung dengan LIA?
37. Bagaimanakah cara meningkatkan minat siswa agar tertarik mengikuti kursus di LIA?

## APPENDIX 1

38. Bagaimanakah keterkaitan/hubungan antara ketertarikan siswa untuk mengikuti kursus di LIA dengan manajemen pemasaran?

**d. Bagaimanakah Kepengurusan/Pembagian Kerja Untuk Staff Pemasaran.**

39. Bagaimanakah sistem kepengurusan atau pembagian tugas untuk bidang marketing/ management marketing?

40. Berapakah jumlah staff/ anggota dalam marketing?

41. Apa sajakah tugas dari marketing dan staff-staffnya?

42. Apakah ada training/ pelatihan khusus untuk staff marketing?

43. Apakah seorang guru juga dapat merangkap menjadi staff marketing? mengapa?

44. Bagaimanakah kinerja staff marketing menurut anda?

**e. Media Pemasaran/Advertising.**

45. Apa sajakah yang dilakukan oleh manajemen pemasaran untuk mempromosikan produk/program dari LIA?

46. Bagaimanakah cara mempromosikan produk/program-program di LIA?

47. Apa sajakah media pemasaran/periklanan produk di LIA?

48. Apakah fungsi dari media pemasaran di LIA?

49. Bagaimanakah media pemasaran dari LIA mampu untuk meningkatkan minat siswa agar bergabung dengan LIA?

**f. Target Pemasaran (Misalnya: Jumlah Peserta, Jumlah Produk Terjual, dll)**

50. Apa sajakah target pemasarannya (misalnya: jumlah peserta, banyaknya program yang diikuti peserta, dll)?

51. Bagaimanakah kriteria untuk menentukan bahwa target pemasaran sudah terpenuhi?

52. Apakah target pemasaran LIA sekarang sudah terpenuhi?

53. Apakah yang dapat meningkatkan jumlah siswa agar tertarik dan berminat untuk bergabung dengan LIA?

54. Bagaimanakah cara/strategi LIA untuk mencapai jumlah target?

55. Bagaimanakah cara mempertahankan jumlah siswa agar dapat sesuai target?

## APPENDIX 1

### **g. Kendala Dalam Pemasaran.**

56. Apa sajakah kendala dalam pemasaran?
57. Bagaimanakah cara LIA dalam menyelesaikan kendala tersebut?
58. Apakah pengaruh dari kendala/ masalah tersebut terhadap kegiatan pembelajaran?
59. Apa sajakah kendala dalam marketing yang berhubungan dengan jumlah pendaftar?
60. Bagaimanakah cara manajemen pemasaran dalam menyelesaikan kendala tersebut?



## APPENDIX 1

### *Protokol Wawancara Untuk Siswa*

#### **Peran Marketing Management Terhadap Ketertarikan Siswa Untuk Mengikuti Kursus Bahasa Inggris**

---

Di bawah ini adalah pertanyaan-pertanyaan untuk menggali data tentang peran management pemasaran terhadap ketertarikan siswa untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris.

1. Apakah anda tertarik/ berminat dengan kursus di LBPP LIA?
2. Apakah tujuan anda mengikuti kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA ini?
3. Sejak kapan anda mengenal dan mengikuti di LBPP LIA?
4. Sudah berapa lama anda mengikuti kursus di LBPP LIA?
5. Menurut anda, umumnya bagaimanakah kursus Bahasa Inggris yang menarik?
6. Apakah yang menarik dari LBPP LIA?
7. Apakah alasan anda mengikuti kursus di LBPP LIA?
8. Dari mana anda mendapat informasi tentang LBPP LIA?
9. Apakah anda mendapatkan informasi tentang LBPP LIA dari media brosur, leaflet, poster, stiker, baliho, dll?
10. Apakah anda mendapatkan informasi tentang LBPP LIA dari media cetak (koran, majalah, buku)?
11. Apakah anda mengetahui jika LBPP LIA mensponsori kegiatan lomba-lomba? Lomba apa saja?
12. Apakah anda mengetahui jika LBPP LIA pernah mengadakan kegiatan sosial? Kegiatannya apa saja?
13. Apakah anda mengetahui jika LBPP LIA menyediakan beasiswa? Beasiswa apa saja?
14. Apakah ada banyak orang yang mengajak anda untuk mengikuti kursus di LBPP LIA?
15. Apakah anda mendapatkan informasi tentang LBPP LIA dari orang-orang terdekat anda (teman, saudara, kenalan, orang tua)?
16. Apakah yang mereka katakan tentang LBPP LIA?

**APPENDIX 1**

17. Apakah anda tertarik dengan informasi tersebut?
18. Apakah anda mengajak orang lain juga untuk mengikuti kursus di LIA? Apakah banyak yang tertarik dengan ajakan anda?
19. Bagaimanakah biaya kursus di LBPP LIA bila dibandingkan dengan kursus yang lain?
20. Apa sajakah fasilitas yang tersedia di LBPP LIA?
21. Bagaimanakah pendapat anda mengenai fasilitas di LIA?
22. Bagaimanakah pendapat anda tentang Kegiatan Belajar Mengajar di LIA? Apakah menarik? Mengapa?
23. Bagaimanakah pendapat anda tentang pengajarnya? Apakah menarik? Mengapa?
24. Apakah kelebihan dan kekurangan LBPP LIA menurut anda?
25. Apakah harapan anda ke depannya untuk LBPP LIA?

## APPENDIX 1

### *Protokol Wawancara Untuk Guru*

#### **Peran Marketing Management Terhadap Ketertarikan Siswa Untuk Mengikuti Kursus Bahasa Inggris**

---

Di bawah ini adalah pertanyaan-pertanyaan untuk menggali data tentang peran management pemasaran terhadap ketertarikan siswa untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris.

1. Berapa lama anda mengajar di LIA?
2. Bagaimanakah kegiatan belajar mengajar di kelas anda?
3. Bagaimanakah metode yang dipergunakan dalam kegiatan pembelajaran?
4. Apakakah ada variasi metode mengajar?
5. Apakah siswa bersemangat dengan pelajaran di kelas?
6. Dapat dilihat dari apa sajakah semangat siswa tersebut?
7. Apakah siswa tertarik dengan pelajaran di kelas?
8. Apa sajakah indikator bahwa siswa tertarik dengan pelajaran di kelas?
9. Di manakah kegiatan pembelajaran berlangsung?
10. Apakah kegiatan pembelajaran pernah berlangsung di luar kelas?
11. Bagaimanakah metode yang dipergunakan di luar kelas?
12. Apa sajakah indikator/ kriteria yang menunjukkan bahwa siswa tidak tertarik dengan pelajaran?
13. Apakah pengaruh hal tersebut terhadap kegiatan belajar-pembelajaran?
14. Bagaimanakah anda mengatasi masalah tersebut?
15. Bagaimanakah peraturan untuk siswa yang mengikuti kelas kursus?
16. Bagaimanakah penghargaan untuk prestasi siswa?
17. Bagaimanakah hukuman yang diberlakukan untuk siswa?
18. Apa sajakah fasilitas di LIA untuk kegiatan belajar pembelajaran?
19. Apakah ada training untuk calon guru di LIA?
20. Berapa lamakah training tersebut?
21. Bagaimanakah isi dari training tersebut?
22. Apakah yang anda peroleh dari training tersebut?

**APPENDIX 1**

23. Apakah ada bagian dari training yang membahas tentang ketertarikan/ minat siswa? Bagaimanakah hal tersebut?
24. Apakah ada bagian dari training yang membahas tentang pemasaran? Bagaimanakah hal tersebut?
25. Bagaimanakah cara menarik minat siswa agar tertarik mengikuti kursus di LBPP LIA?
26. Bagaimanakah cara menarik minat siswa agar tertarik mengikuti pembelajaran di LBPP LIA?
27. Bagaimanakah manajemen pemasaran di LBPP LIA?
28. Apakah peran serta guru dalam kegiatan pemasaran?
29. Apakah setiap guru mendapatkan skill tentang pemasaran dalam training?
30. Apakah ada guru dari LBPP LIA yang mengajar di sekolah-sekolah?

## APPENDIX 1

*Kuesioner Untuk Siswa*

### Peranan Marketing Management Terhadap Ketertarikan Siswa

#### Untuk Mengikuti Kursus Bahasa Inggris

Di bawah ini adalah pertanyaan-pertanyaan untuk menggali data tentang peran management pemasaran terhadap ketertarikan siswa untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA Surakarta.

Nama : .....

Program yang diikuti : .....

Lama program : 1 Minggu ..... Pertemuan ..... Menit

Saat mengisi kuesioner ini adalah pertemuan ke : .....

Pernah tidak masuk kursus : ..... kali

Nilai yang anda dapat pada akhir term : .....

*Untuk pertanyaan di bawah ini lingkariilah angka yang sesuai dengan persepsi Anda.*

*Angka tersebut mempunyai arti:*

1 : Sangat Tidak Setuju

2 : Tidak Setuju

4 : Setuju

5 : Sangat Setuju

No	Pernyataan	1	2	4	5
1	Anda mendaftar kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA dikarenakan <i>keinginan Anda sendiri</i> tanpa paksaan dari orang lain.	1	2	4	5
2	LBPP LIA adalah kursus Bahasa Inggris yang <i>terkenal</i> dan <i>berkualitas bagus</i> .	1	2	4	5
3	Anda mengikuti kursus bahasa Inggris di LBPP LIA Surakarta karena ingin meningkatkan <i>kemampuan Bahasa Inggris</i> .	1	2	4	5
4	Teman-teman, saudara, atau orang yang terdekat dengan Anda <i>mengikuti</i> kursus di LBPP LIA.	1	2	4	5
5	Teman atau orang lain yang sudah mengikuti kursus di LBPP LIA biasanya memiliki <i>kemampuan Bahasa Inggris</i> yang <i>bagus</i> .	1	2	4	5
6	Biaya kursus LBPP LIA <i>terjangkau</i> .	1	2	4	5
7	Beasiswa yang disediakan LBPP LIA meningkatkan <i>minat</i> siswa untuk belajar Bahasa Inggris.	1	2	4	5
8	LBPP LIA termasuk Kursus Bahasa Inggris yang <i>menarik</i> .	1	2	4	5
9	Pelayanan di LBPP LIA <i>baik</i> dan <i>memuaskan</i> .	1	2	4	5

### APPENDIX 1

10	Fasilitas di LBPP LIA Surakarta pada umumnya <i>baik</i> dan <i>lengkap</i> .	1	2	4	5
11	Anda <i>nyaman</i> dalam mengikuti kursus di LBPP LIA.	1	2	4	5
12	Jenis program kursus yang Anda ikuti sesuai <i>minat</i> Anda.	1	2	4	5
13	Kegiatan pembelajaran di LBPP LIA <i>menarik</i> .	1	2	4	5
14	Metode pembelajaran di LBPP LIA <i>menyenangkan</i> .	1	2	4	5
15	Anda merasa <i>kecewa</i> (eman-eman) jika tidak mengikuti pelajaran/ tidak masuk kursus.	1	2	4	5
16	Anda <i>aktif</i> dalam kegiatan pembelajaran.	1	2	4	5
17	Anda <i>puas</i> dengan hasil dari kegiatan pembelajaran di LBPP LIA.	1	2	4	5
18	Target dan tujuan anda <i>tercapai</i> dengan belajar di LIA.	1	2	4	5
19	Kemampuan Bahasa Inggris Anda <i>meningkat</i> di LIA.	1	2	4	5
20	Anda <i>mudah</i> dalam memperoleh informasi tentang LBPP LIA.	1	2	4	5
21	Anda <i>diajak</i> oleh orang lain agar mengikuti kursus Bahasa Inggris di LIA.	1	2	4	5
22	Anda <i>mengajak</i> orang lain untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris di LIA.	1	2	4	5
23	Anda memperoleh informasi tentang LBPP LIA dari orang lain (misalnya: teman, saudara, orang tua, guru Bahasa Inggris dll).	1	2	4	5
24	Anda mengetahui informasi tentang LBPP LIA melalui media leaflet, brosur, spanduk, atau baliho.	1	2	4	5
25	Anda memperoleh informasi tentang LBPP LIA dari Media Cetak (misalnya: surat kabar, majalah, buku, dll).	1	2	4	5
26	Anda memperoleh informasi tentang LBPP LIA melalui Internet.	1	2	4	5
27	Anda mengetahui LBPP LIA melalui kegiatan lomba-lomba yang disponsori oleh LBPP LIA.	1	2	4	5
28	Anda memperoleh informasi tentang LBPP LIA melalui kegiatan seminar dari LBPP LIA ke sekolah anda.	1	2	4	5
29	Anda mengetahui LBPP LIA dari guru LIA yang mengajar di sekolah Anda.	1	2	4	5
30	Anda mengetahui LBPP LIA melalui kegiatan sosial yang dilakukan oleh LBPP LIA.	1	2	4	5

*Terima kasih atas kerja sama yang baik*

## **APPENDIX 1**

### **TRANSCRIPT INTERVIEW**

7. Interview with secretary (Urip Danang Nugroho, S.Sos) .....	117
8. Interview with Academic Operational Officer (Drs. Wasi Dewanto)...	128
9. Interview with secretary (Urip Danang Nugroho, S.Sos) .....	135
10. Interview with student (Gadis) .....	139
11. Interview with student (Sabrina) .....	146
12. Interview with student (Ervina) .....	151
13. Interview with student (AA and AB) .....	156
14. Interview with student (Dita) .....	160

## Transkrip Wawancara

FL : Bagaimana sebagian besar dari alasan siswa untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris di LIA ini?

DNG (1) : Alasannya, kalau dari beberapa research yang telah kita lakukan, setiap siswa kan sudah punya kebutuhan, kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggrisnya, dan kalau dicermati



mungkin mereka juga mencari dengan membanding-bandingkan, lalu mereka baru ke LIA. Jadi dasarnya mereka udah punya kebutuhan dulu.

FL : Jadi karena kebutuhan dan kemudian tertarik dengan LIA, begitu ya?

DNG (2) : Ya

FL : Jadi alasan siswa ke LIA tadi karena kebutuhan atau ketertarikan?

DNG (3) : Ya dua-duanya, karena kebutuhan dan mereka melihat bahwa apa yang mereka butuhkan itu ada di sini.

FL : Jadi alasan dari sebagian besar siswa ke LIA itu karena kebutuhan?

DNG (4) : Iya.

FL : Kira-kira apa saja faktor yang mempengaruhi minat siswa untuk mengikuti LIA?

DNG (5) : Faktor yang mempengaruhi nya, pertama dari keterangan yang mereka dapatkan, seperti apa sih LIA, itu kan biasanya cari-cari, karena tidak ada promosi di Koran, tidak ada promosi ke radio, kita hanya menyebarkan brosur, itu pun cuma ada di pendaftaran, akhirnya mereka datang ke sini. Jadi kan, mereka aktif ya? Setelah di sini, mereka mendapatkan informasi, dan informasi tersebut sesuai dengan apa yang di harapkan.

FL : Ciri-ciri siswa yang tertarik untuk ikut ke LIA itu bagaimana Pak?

DNG (6) : Ciri-cirinya langsung mendaftar

FL : Langsung mendaftar?nggak telfon-telfon dulu atau bagaimana Pak?

DNG (7) : Kadang-kadang ya telfon, kadang langsung datang, kalau sudah datang, kita jelaskan secara teliti, kapan, kalau mereka memang betul-betul tertarik, mereka pasti mendaftar

FL : Kemudian, sebagian besar program yang paling diminati siswa

DNG (8) : Tergantung dari kriteria atau karakteristik dari calon peserta didik atau calon siswa itu sendiri. Kalau pesertanya adalah SMP, mereka otomatis mendaftar di program SMP, kalau SMA, mereka mendaftar di English for adult, karena kan kalau di LIA itu sudah kita bagi, jadi

ada sebagian programnya atau karakteristiknya itu sesuai dengan anak.

FL : Kriteria program yang paling diminati itu berdasarkan jenis siswa yang mengikutinya atau grade nya ya Pak?

DNG (9) : Ya, grade nya, karena kan ada beberapa program SMP yang mereka pasti anak SMP, ada program SD yang mereka pasti anak SD.

FL : Tergantung dengan test yang mereka ikuti, lulus ndaknya itu?

DNG (10) : Ya

FL : Kemudian, memasuki pertanyaan marketing, apakah di kurikulum LIA itu meliputi marketing management?

DNG (11) : Ya, tidak ada, tapi untuk level-level tertentu ada. Kaya conversation ya, itu kan cenderung ke bisnis, jadi di level-level akhir itu ada materi-materi tentang marketing. Mungkin itu lebih dijelaskan dengan Pak Wasi.

FL : Bolehkah wawancara dengan Pak Wasi juga?

DNG (12) : Boleh kalau Pak Wasi ada waktu.

FL : Ya, nanti menghubungi dulu saja.

DNG (13) : Ya

FL : Kemudian, tujuannya marketing di LIA itu bagaimana Pak?

DNG (14) : Tujuannya ya untuk mendapatkan siswa yang sebanyak-banyaknya. Kalau banyak yang mendaftar kan nanti tujuan dari perusahaan kan akan tercapai semua.

FL : Selama ini, kegiatan marketing di LIA apa saja?

DNG (15) : Kegiatan marketing di LIA selama ini, menyediakan brosur yang ada di front liner meja paling depan, jadi kalau kegiatan ke luarnya memang agak pasif. Jadi kita tidak memasang di Koran, tidak memasang di radio, pos-pos gitu tidak. Paling kalau ke luar kita hanya berupa sponshor ship.

FL : Kemudian produk/program apa saja Pak yang memerlukan marketing? Semuanya atau beberapa aja yang sekiranya penting.

DNG (16) : Sebenarnya semuanya penting, semuanya perlu dilakukan marketing.

- FL : Kemudian, mengapa kalau marketingnya simple demikian, mengapa LIA itu sangat terkenal dan memiliki jumlah siswa yang sangat banyak, bisa mencapai ribuan.
- DNG (17): Karena kan kalau kita bicara marketing, kita pasarkan sekarang apalagi jasa, kita pasarkan sekarang hasilnya baru ketahuan tahunan, bahkan lima tahun ke depan baru ketahuan. Nggak seperti kalau kita jualan barang, jualan barang kalau kita jualan barang kita pemasaran sekarang hasilnya laku sekarang. Tapi kalau jasa kan namanya juga intimeble kan. Kalau kita jual produk, pamarannya kan untuk jangka panjang. Mungkin hasil yang kita nikmati/capai sekarang ini adalah upaya dari pemasaran tahun-tahun sebelumnya. Di awal-awal kita berdiri di sini kan juga ke radio, ke koran, ke televisi.
- FL : Siapa sajakah pihak-pihak di LIA yang terlibat dalam kegiatan marketing?
- DNG (18): Semuanya. Semua karyawan di LIA harus bisa memasarkan produk-produknya.
- FL : Semuanya staff LBPP LIA terlibat? Lha caranya bagaimana, Pak?
- DNG (19): Kita ada ini, kalau ada program sewaktu-waktu tertentu misalnya program pembekalan atau *product knowledge*. Jadi karyawan kita kumpulkan, kita beri penyegaran tentang program dari LIA itu apa saja. Jadi dari satpam sampai dengan HPP mereka tu tahu, apa to yang dijual di LIA itu. Jadi misalkan mereka ketemu orang di jalan, wah kerja di LIA ya? Apa sih yang ada di LIA, mereka bisa tanya-tanya.
- FL : Media pemasaran di LIA itu apa saja, Pak?
- DNG (20): Kalau sekarang ya brosur. Yang lain ya itu tadi, sponsorship itu.
- FL : Kemudian apa saja to kegiatan lain di LIA itu selain kursus Bahasa Inggris itu?
- DNG (21): Untuk siswa? Sunday Meeting. Jadi siswa kita beri waktu, kita beri dana untuk program kumpul-kumpul acaranya sunday meeting atau sarasehan, tapi di situ mereka harus praktek convesation.
- FL : Apakah LIA pernah mempromosikan produknya melalui Televisi?

DNG (22) : Pernah. Itu diatur oleh LIA Pusat. Jadi dikoordinir oleh LIA Pusat. Masing-masing daerah diambil gambarnya, di shot. Dulu kaya ada kegiatan kaya mini film gitu tapi pendek mini film gitu, kita tampilkan di beberapa televisi tapi dikoordinir oleh pusat.

FL : Kira-kira kapan dan berapa lama ya pak?

DNG (23) : Itu tahun, sekitar tahun 2000an. Sudah lama banget. Sekarang udah nggak tayang lagi.

FL : Apakah LIA pernah mempromosikan produk atau barang melalui internet?

DNG (24) : Internet ya ada. Kita buka website di [www.lia.com](http://www.lia.com).

FL : Tadi kan dikatakan kalau sebagian marketing LIA itu dari sponshorship. Itu mensponsori apa ya Pak?

DNG (25) : O itu sponsor kegiatan. Misalkan ada seminar mahasiswa, di HMP-HMP di kampus-kampus, mereka memasukkan suatu proposal. Kita pelajari proposal itu, nanti dari kegiatan itu ada nilai positifnya nggak bagi LIA, nilai plus nya apa.

FL : Kampus-kampusnya apa saja Pak?

DNG (26) : UNS banyak, UMS ada, bahkan sekolah-sekolah gitu.

FL : Apakah LIA pernah mengadakan kegiatan sosial Pak?

DNG (27) : Ya, ada kegiatan bakti social.

FL : Kegiatan sosialnya kapan dan di mana Pak?

DNG (28) : Kegiatan sosialnya itu Bakti Sosial ada di tempat lain misalkan ke daerah gempa, kemudian kita juga menyediakan beasiswa. Beasiswa bagi anak-anak yang kurang mampu, kita salurkan lewat pantai asuhan, dan beasiswa intern itu sendiri.

FL : Apakah LIA pernah mengadakan program beasiswa?

DNG (29) : Ya, ada. Tiap term bagi siswa yang terbaik nilai di levelnya dengan catatan scorenya di atas 4 dan terbaik dan tertinggi di antara lainnya satu paralel di kelas, dapat beasiswa gratis satu term.

FL : Itu untuk di dalam LIA, ada nggak beasiswa untuk siswa di luar LIA?

DNG (30): Ya siswa di luar LIA. Biasanya kita masukkan ke sini kelompok-kelompok tertentu, kita berikan hadiah-hadiah, kayak di fakultas sastra UNS kan kadang-kadang ada lomba debat, telling story. Yang menang nanti kita kasih beasiswa untuk satu term. Dari beberapa perguruan tinggi lain atau sekolah-sekolah lain juga ada.

FL : Adakah persyaratan atau spesifikasi khusus untuk setiap program yang bagaimanakah yang marketingnya lebih ditonjolkan atau tidak?

DNG (31): Itu biasanya kita sesuaikan dengan kondisi di dalam pada saat kita membuka program kursus misalnya program khusus anak. Karena itu program baru. Jadi perlu diperkenalkan. Program yang sudah jalan, keluar kita hentikan dulu pemasarannya. Kita cuma pakai spanduk di depan atau brosur.

FL : Apakah kegiatan marketing di LIA yang merupakan lembaga pendidikan itu serupa dengan marketing di perusahaan umum?

DNG (32): Lain. Sekarang aja termnya sudah lain. Kalau perusahaan besar kan segmentnya kan untuk semua lapisan masyarakat, kalau kita kan tujuannya untuk usia sekolah.

FL : Jadi diputuskan untuk siswa-siswa saja? Yang umumnya nggak?

DNG (33): Nggak begitu, maksudnya mereka yang punya minat ke pendidikan Bahasa Inggris.

FL : Kemudian, menurut Bapak bagaimanakah marketing yang baik untuk institusi pendidikan itu?

DNG (34): Kalau menurut saya, marketing yang baik yang kita mempresentasikan dari apa yang kita jual. Karena kan kadang, ada ya kalau kita tu terjebak dengan kemasan marketingnya, tapi ketika masuk kok yang dia dapat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pada info yang mereka dapat ketika masuk memperoleh informasi tentang lembaga itu. Jadi kita ya tidak membohongi calon siswa yang akan mendaftar.

FL : Kemudian, di LIA itu strategi marketingnya bagaimana Pak? Caranya itu bagaimana?

DNG (35) : Cara-caranya itu ya kalau di LIA itu seperti yang saya utarakan tadi sama kaya tadi. Melihat dari perkembangan yang udah dibuat misalkan kemajuannya bagaimana, minat siswanya bagaimana.

FL : Kemudian, apa yang dilakukan oleh LIA untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan?

DNG (36) : Dengan melayani pelanggan sebaik-baiknya.

FL : Dan untuk kepuasannya juga?

DNG (37) : Iya. Kalau mereka sudah puas, tentu mereka akan verita ke teman-temannya. Misalkan gini, kita punya siswa 1800an. Kan kadang kalau akhir tahun itu, term 4 itu di atas 2000an siswa. Pernah dulu itu 2400an. Karena begitu banyaknya, kita pikir, kita melayani mereka dengan sebaik-baiknya, mengharapkan mereka puas. Otomatis kan kalau orang puas kan cerita. Jadi kan kita punya tenaga pemasaran 2400an.

FL : Itu setiap term atau setiap tahun?

DNG (38) : Satu term.

FL : Satu term itu tiga bulan?

DNG (39) : Iya, tiga bulan. Dan rata-rata sekitar 1800an setiap term.

FL : Kemudian, apa ada cara untuk meningkatkan minat siswa itu sendiri?

DNG (40) : Ya tadi ke pelayanan. Dengan pelayanan yang sebaik-baiknya, mereka akan cerita ke temen-temennya. Mereka akan menarik temen-temennya. Tanpa kita minta, tanpa kita suruh untuk mempromosikannya. Mereka sudah melakukannya. Dan menurut kami, promosi dari mulut ke mulut adalah promo yang paling efektif, karena sumbernya adalah mereka yang sudah merasakannya sendiri.

FL : Faktor kepercayaan ya Pak?

DNG (41) : Iya, jadi faktor kepercayaan itu sudah terbentuk, sudah ada. Jadi temannya mungkin lebih percaya kalau yang ngomong itu temennya sendiri yang sudah merasakannya. Jadi jika dibandingkan kalau kita tugaskan ke seseorang untuk promosi, lebih baik yang tadi itu.

FL : Kemudian, kepengurusan atau pembagian tugas untuk marketing ada nggak? Tadi kan dikatakan semua staff LIA berperan serta, na pembagian tugasnya ada nggak Pak?

DNG (42) : Pembagiannya kita gabungkan dengan beberapa divisi. Kalau saya sih sekretaris, juga merangkap sebagai SDM, di waktu longgar saya harus bisa melakukan marketing tadi. Karena kita efisiensi, SDM harus bisa melakukan tugas marketing. Cenderung aktif tapi juga pasif. Bagi kerja saya dengan Pak Wasi. Pak Wasi selain menjadi Kepala Bagian Akademik, ia juga harus bisa marketing. Saya biasa berbagi dengan Pak Wasi kalau misalkan diundang kalau misalkan ada perguruan tinggi mana atau kantor mana membutuhkan ingin kursus Bahasa Inggris, saya diundang ke sana dan Pak Wasi diundang ke sana. Trus kami berdua dipanggil dan bernegosiasi, bagaimana caranya kita ambil persetujuan. Kadang dengan bagian keuangan juga. Kaya sekarang ini kita ada dari akademi kebidanan juga. Kita turun dulu buat pelatihan magang. Jadi istilahnya dimajukan atau dimundurkan.

FL : Jadi jumlah totalnya berapa Pak untuk marketing?

DNG (43) : Dan staff khusus marketingnya nggak ada.

FL : Kalau yang umum saja, kira-kira?

DNG (44) : Oke semuanya, semua karyawan harus bisa.

FL : Tetapi tugasnya bagaimana Pak? Sendiri-sendiri atau yang umum?

DNG (45) : Yang umum kalau marketing. Kalau misalkan yang HR, karena saya di bagian sekretariat. Otomatis kalau ada hal-hal yang berkaitan dengan bagian kerja sama itu nanti larinya ke sana.

FL : Dan untuk Pak Wasi, bagaimana?

DNG (46) : Untuk pak Wasi karena di bagian akademik. Seterusnya pak Wasi bisa menjelaskan kriteria dari program-program. Tiap program bagaimana. Yang mengatur gurunya ke sana nanti siapa.

FL : Dan untuk tugas keuangannya?

DNG (47): Ya tugas keuangan untuk bagian keuangan. Yang menentukan instansi juga nanti targetting kita tawarkan juga untuk penawaran atau bagaimana itu ke bagian keuangan.

FL : Kemudian untuk harga setiap program itu yang menentukan siapa Pak?

DNG (48): Pusat. Kalau untuk off iklan itu ditentukan oleh pusat. Nanti di daerah itu ada pengurangan untuk diskon. Setiap daerah kan lain, sesuai dengan kemampuan daerah itu. Misalkan Solo, kita bisa memberikan potongan harga itu kepada calon siswa sampai kira-kira 30%. Tapi lain di Jogja, lain juga di Semarang. Mungkin di Semarang sudah 25% atau bagaimana. Sesuai dengan tingkat ekonominya, dan ini yang menentukan pusat. Dan semua proses ini terjadi melalui sistem.

FL : Apakah guru juga bisa merangkap menjadi staff marketing?

DNG (49): Why not.

FL : Tugasnya bagaimana?

DNG (50): Sama, jadi marketing itu juga bisa memperkenalkan kan, memberikan informasi tentang apa yang mereka buat, produk apa yang ada di sana.

FL : Menurut bapak, kinerja dari staff marketing di LIA itu sendiri bagaimana?

DNG (51): Bagus. Semua orang di LIA harus bisa memasarkan. Dengan begitu kan kalau ada orang tanya-tanya kan tidak saling melempar. Jadi setiap orang yang datang ke LIA tanya ini ini ini, oo mereka bisa langsung dijawab.

FL : Sekarang apa saja target pemasaran di LIA?

DNG (52): Target pemasaran LIA mendapatkan murid sebanyak-banyaknya.

FL : Lha tentang kemampuannya bagaimana Pak?

DNG (53): Kalau tentang kemampuannya, ya otomatis kalau dengan kemampuan yang baik, kalau kita bisa memberikan apa yang mereka harapkan. Mereka kan masuk ke sini untuk ikut kursus Bahasa Inggris, kalau mereka tidak bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan otomatis mereka kan akan cerita yang tidak baik tentang LIA. Tapi mereka



selama ini mendapatkan apa yang mereka inginkan dan dari wawancara kita dengan para orang tua, banyak orang tua yang puas karena anaknya kursus di LIA. Hal itu terbukti dengan setelah anaknya kursus di sini nilai-nilainya di sekolahnya naik.

FL : Apakah target pemasaran di LIA sekarang sudah terpenuhi?

DNG (54): Ya, terpenuhi terus. Selama ini kan terbatas dari ruang. Misalkan banyak siswa yang tidak tertampung di luar target kita.

FL : Bagaimana cara atau strategi LIA selama ini untuk bisa mencapai target tersebut?

DNG (55): Kembali lagi ke pelayanan. Kita tingkatkan pelayanan ke high service.

FL : Cara mempertahankan siswa bagaimana, agar bisa sesuai target?

DNG (56): Sama, ke pelayanan juga. Karena siswa kan datang, itu yang diberikan paling utama adalah pelayanan.

FL : Kendala dalam pemasaran bagaimana pak?

DNG (57): Kendala dalam pemasaran yang kita hadapi selama ini kita kan harus selalu customer advance. Jadi, calon siswa kan kita berikan pengertian seperti apa to LIA. Jadi karakteristik setiap orang kan lain-lain, ada orang yang suka marah-marah, ngomel-ngomel. Kendala yang kita hadapi selama ini adalah kendala personal juga. Dan itu sudah diatasi oleh lembaga, ada pertemuan rutin setiap bulan sekali untuk meng-*up grade* mereka, tatap muka lalu kita bicarakan solusinya.

FL : Pernah nggak Pak ada kendala pemasaran yang berhubungan dengan jumlah peserta, misalnya jumlahnya sedikit?

DNG (58): Belum pernah.

FL : Kira-kira untuk menyelesaikan kendala pertama tadi bagaimana Pak? Yang berhubungan dengan personel?

DNG (59): Ya itu tadi, kita ada up grade karyawan. Ini kita pertemuan lalu kendalanya apa dibahas. Kita bekali dengan motivasi dan kemudian product knowledgenya itu.

FL : Berarti seperti ada pelatihan lagi ya?

DNG (60) : Iya.

FL : Saya rasa cukup sekian dulu Pak. Nanti kalau saya masih membutuhkan data, saya mohon bantuannya lagi ya Pak?

DNG (61) : Iya ndak pa-pa.

FL : Terima kasih Pak.

DNG (62) : Iya.

### **Komentar pengamat:**

Siswa berminat mengikuti kursus di LBPP LIA karena beberapa hal, antara lain: kebutuhan siswa akan kemampuan bahasa Inggris dan ketertarikan siswa terhadap suatu lembaga. Ketertarikan atau minat siswa diperoleh setelah siswa membanding-bandingkan beberapa kursus lalu menemukan bahwa kebutuhan nya dapat tersalurkan di LBPP LIA. Selain itu, minat siswa semakin besar ketika ia mengetahui informasi tentang LBPP LIA dengan mendatangi langsung kursus dan langsung mendapat informasi yang diinginkan melalui front office dan leaflet yang tersedia.

Informasi yang diinginkan siswa juga dapat diperoleh melalui media yang disebut marketing. Marketing di LBPP LIA diperoleh melalui beberapa hal, yaitu:

1. Brosur dan leaflet
2. Electronic media: radio dan televisi
3. Koran
4. Sponsorship
5. Baksti sosial
6. Beasiswa
7. Informasi dari mulut ke mulut: Gethok tular
8. Pelayanan yang baik.

Tujuan marketing di LBPP LIA adalah mencari pelanggan yang sebanyak-banyaknya. Marketing dikatakan sukses karena jumlah siswa sekarang sudah mencapai target. Marketing pada tempo dulu difokuskan pada beberapa media yang tersedia yaitu koran, radio, majalah, televisi dan brosur. Namun sekarang sudah bergeser pada sponsorship, internet, televisi, informasi dari orang ke orang, dan good service.

Strategi pemasaran yang dipergunakan sekarang adalah dengan mempertahankan kesetiaan pelanggan melalui pelayanan yang baik. Pembagian kerja untuk marketing sekarang dimaksimalkan pada semua staff LBPP LIA: dari satpam sampai direktur mempunyai kemampuan untuk melakukan pemasaran.



- WD (4) : Ya, kemampuan...Sejauh ini kami tekankan pada kemampuan anak untuk berbicara.
- FL : Bagaimanakah kegiatan belajar-mengajar di kelas Bapak?
- WD (5) : Maksudnya?
- FL : Menurut Bapak, bagaimanakah interaksi siswa di kelas dan siswa menerima tidaknya materi?
- WD (6) : Itu tergantung karakter kelasnya ya. Ada kelas yang siswanya aktif, ada yang tidak. Ada yang siswanya mudah menangkap, ada yang tidak, ada yang lambat dan sebagainya.
- FL : Apakah ada variasi metode mengajar pak?
- WD (7) : Pasti ada.
- FL : Bisakah dijelaskan?
- WD (8) : Kami berusaha agar kelasnya menyenangkan, punya objective, punya tujuan dan sistematis. Sehingga nanti pelaksanaannya pasti banyak variasi. Tapi kami selalu berusaha bahwa game-game atau permainan-permainan itu yang membuat menyenangkan. Agar siswa tidak bosan itu harus selalu punya tujuan. Jadi tidak hanya “biar ramai” saja.
- FL : Menurut Bapak, apakah siswa bersemangat dengan pelajaran di kelas?
- WD (9) : Ada yang bersemangat, ada yang tidak.
- FL : Apa faktor yang menentukannya?
- WD (10) : Motivasi mereka, jadi kadang-kadang mereka di sini kan karena orang tua, karena teman, dan karena diri mereka sendiri. Kalau alasannya karena diri mereka sendiri, mereka biasanya semangat dan termotivasi. Dan juga di kelas walaupun misalkan mereka tertarik sama pelajarannya, mereka akan lebih bersemangat lagi. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi motivasi siswa.
- FL : Kemudian semangat siswa tersebut dapat dilihat dalam hal apa Pak?
- WD (11) : Di saat mereka di kelas, bisa dilihat ketika mereka bersemangat menjawab pertanyaan, mereka duduk itu bahkan.

- FL : Menurut Bapak juga, apakah siswa tertarik dan beminat dengan pelajaran di kelas?
- WD (12) : Iya.
- FL : Bagaimanakah cara mengetahui minat tersebut?
- WD (13) : Kalau mereka bersemangat menjawab pertanyaan, senang ikut permainannya, itu saya kira sudah bisa untuk melihat apakah mereka berminat dan termotivasi atau tidak.
- FL : Selama ini kegiatan belajar pembelajaran berlangsung di mana Pak?
- WD (14) : Di kelas.
- FL : Apakah ada kegiatan pembelajaran yang berlangsung di luar kelas?
- WD (15) : Kadang-kadang ada.
- FL : Kemudian, metode yang diterapkan bagaimana Pak?
- WD (16) : Ya biasa.
- FL : Sama dengan yang di kelas?
- WD (17) : Iya. Cuma itu lebih cenderung ke student-student interactions. Dan misalkan mereka di luar kelas, describing places; around this building. Ya di luar kelas paling mereka hanya di kantor sini atau di ruang guru, atau di bawah pohon.
- FL : Kalau misalnya ada siswa yang tidak tertarik, itu bisa dilihat dari kriteria yang bagaimana Pak?
- WD (18) : Dari raut muka, dari semangat mereka mengikuti pelajaran, dari sikap mereka duduk, dari postur tubuh, dari punctuality.
- FL : Apakah pengaruh hal tersebut terhadap jalannya belajar pembelajaran?
- WD (19) : Ya pasti buruk. Kalau mereka tidak berminat dan tidak termotivasi, nilainya dan performencenya pasti akan nggak bagus.
- FL : Bagaimanakah Bapak mengatasi masalah tersebut?
- WD (20) : Memberikan permainan, memberikan motivasi. Mereka sudah ada di sini, sudah sama temen-temennya. Karena memang tidak satu kelas secara keseluruhan akan termotivasi. Satu kelas misalkan ada 15, mungkin yang tidak termotivasi 1 orang 2 orang itu sudah umum.

Dan itu biasanya saya memberikan presentasi pada mereka dengan memberikan permainan, dengan memberikan dorongan dan kalau temen-temennya itu semangat biasanya dia akan ikut tertawa. Ikut terpengaruh senang.

FL : Apa sajakah fasilitas di LIA untuk kegiatan belajar pembelajaran bagi siswa?

WD (21) : Di kelas mereka terkadang kita mainkan film atau dokumentri. Di beberapa kelas, di separoh kelas di sini kami sediakan TV dan DVD player. Setiap kelas ada tape recorder. Untuk setiap siswa, selain menerima student's book, mereka juga menerima workbook untuk PR. Mereka menyelesaikan di rumah, guru tidak membahas di kelas kecuali untuk yang siswa kesulitan. Dan siswa juga mendapatkan listening berupa CD. Jadi siswa selain belajar di sini juga belajar di rumah.

FL : Apakah ada fasilitas khusus bagi guru dalam menunjang kegiatan belajar pembelajaran?

WD (22) : Ya, kami sediakan perpustakaan khusus guru, kami sediakan koneksi internet, kemudian indovision.

FL : Sekarang untuk jumlah siswanya? Seperti yang disinggung kemarin, seribu..

WD (23) : 1800

FL : Apakah jumlah siswanya itu sudah melebihi dari targetkah?

WD (24) : Sebenarnya belum.

FL : Target sebenarnya berapa?

WD (25) : 2000 sebenarnya, tapi ya 1800 alhamdulillah.

FL : Apakah setiap guru mendapatkan training pada awalnya?

WD (26) : Ya

FL : Trainingnya itu bagaimana Pak?

WD (27) : Trainingnya itu sudah diadakan, dan ini time table trainingnya.

FL : Apakah ada bagian dari training yang membahas tentang ketertarikan atau minat siswa untuk?

- WD (28) : Ada. ini di time table: Training for Effective Teaching. Ini berhubungan dengan motivasi siswa. Ini juga mencakup teknik-teknik dalam pengajaran speaking, writing, reading, listening.
- FL : Bagaimanakah cara menarik siswa agar tertarik dan berminat dalam mengikuti LIA?
- WD (29) : Secara spesifik tidak ada. Tapi kami cuma dengan mengajar yang terbaik pada siswa.
- FL : Sebagai guru ada nggak hubungannya dengan marketing atau pemasaran?
- WD (30) : Ada. Pasti ada. Kalau mereka mengajarnya bagus. Itu salah satu pemasaran. Karena memang sebagian besar siswa ada di sini ikut kursus bukan karena brosur, leaflet, dll tapi karena pemberitahuan. Atau tanya teman dan sebagainya. Jadi memang kami seperti yang anda lihat hampir tidak pernah atau jarang sekali memasang iklan di koran. Di Solo pos itu hampir tidak pernah. Kami pasang iklan itu hanya pada saat recruitng guru. Hal itu memang hampir tanpa alasan, karena kalau kami pasang iklan, jumlah peserta yang naik, kami yang repot. Siswa sekarang kan 1800 siswa. Kami kewalahan.
- FL : 1800 siswa itu setiap term kah?
- WD (31) : Iya. Setiap term. Bukan setiap tahun.
- FL : Tentang training, sering tidak, guru di LIA mendapatkan training?
- WD (32) : Itu relatif ya. Kalau yang pertama kali kan itu pasti mendapatkan training, TEFL trining namanya: Teaching English as a Foreign Language selama 8 minggu. Kemudian nature face training bagi guru-guru yang sudah mengajar di sini
- FL : Dalam setiap training guru tadi apakah ada penyuluhan tentang pemasaran?
- WD (33) : Tidak. Karena training itu hanya berisi pengajaran untuk teaching English.
- FL : Bukankah setiap karyawan di LIA harus bisa marketing Pak?

- WD (34) : Pemasaran itu artinya luas. Misalkan bersikap profesional terhadap customer, misalkan waktu datang di tempat, itu salah satu cara pemasaran. Jadi memang pemasaran tidak harus door to door atau pasang iklan dan lain sebagainya. Tapi dari sikap, dari tindak tanduk itu sudah bisa mencerminkan sebagai marketing yang bagus. Jadi misalkan tanpa kami minta, semua front officer itu menerima tamu dengan senyum itu sudah marketing.
- FL : Jadi marketingnya secara service ya Pak?
- WD (35) : Iya, iya pasti.
- FL : Apa hal yang membuat bapak berkesan dari LBPP LIA ini?
- WD (36) : Kurikulum, buku-bukunya semuanya sudah disiapkan. Jadi saya tinggal mengajar di sini. Itu hal yang saya sukai dari LIA.
- FL : Kalau materinya apa selalu up-date terus ya Pak?
- WD (37) : Iya, up-date. Jadi selalu kurikulum itu ada perubahan-perubahan. Ada perubahan secara inti, ada perubahan yang kecil melalui buku.
- FL : Sebagai pengajar di LIA, apa saja tugas bapak?
- WD (38) : Mempersiapkan bahan pengajaran, membuat lesson plan, kemudian mengajar, memberikan test, menyampaikan feed back ke siswa. Ya itu diantara lainnya.
- FL : Untuk memotivasi siswa agar termotivasi di kelas, ada nggak pak pemberian reinforcement?
- WD (39) : Ada. Misalkan untuk permainan di kelas atau untuk nilai terbaik. Beberapa diantaranya juga ada yang memberikan hadiah, itu diperbolehkan. Kalau dari lembaga itu setiap satu term atau setiap triwulan itu ada beasiswa bagi siswa yang mendapat nilai terbaik di levelnya berupa bebas biaya di level di atasnya.
- FL : Ada nggak Pak, punishment bagi siswa yang terlambat datang ke kelas?
- WD (40) : Ada. Kalau siswa terlambat lebih dari 20 menit sudah dianggap absent, kemudian keluar dari kelas lebih dari 30 menit sebelum selesai itu dianggap absent juga. Maksimum absent itu kan 5 tiap



level. 5 itu kan 35 % dari seluruh pertemuan. Kalau di atas 5 itu tidak boleh mengikuti test kenaikan level. Cuma kami masih melihat alasannya apakah sakit, kegiatan sekolah, dsb. Kalau demikian sampai 6 kali ya ada tugas, belajar 1 unit dan sebagainya.

**Komentar pengamat:**

Dari hasil wawancara dengan AOO dapat disimpulkan bahwa siswa yang berminat mengikuti kursus dalam kegiatan belajar mengajar akan menunjukkan respon positif yaitu saat siswa mereka bersemangat menjawab pertanyaan, senang ikut permainannya, itu sudah bisa untuk melihat apakah mereka berminat dan termotivasi atau tidak.

Untuk menunjang motivasi dan minat siswa, berikut ini adalah beberapa media yang diberikan oleh LIA untuk kegiatan belajar mengajar: di kelas siswa terkadang diputarkan film atau dokumentri. Di beberapa kelas, di separoh kelas di sini tersedia TV dan DVD player. Setiap kelas ada tape recorder. Untuk setiap siswa, selain menerima student's book, mereka juga menerima workbook untuk PR. Mereka menyelesaikan di rumah, guru tidak membahas di kelas kecuali untuk yang siswa kesulitan. Dan siswa juga mendapatkan listening berupa CD. Jadi siswa selain belajar di sini juga belajar di rumah.

Tugas guru di LIA adalah mempersiapkan bahan pengajaran, membuat lesson plan, kemudian mengajar, memberikan test, menyampaikan feed back ke siswa. Guru menanamkan kedisiplinan pada siswa LIA yaitu dengan menerapkan peraturan bahwa kalau siswa terlambat lebih dari 20 menit sudah dianggap absent, kemudian keluar dari kelas lebih dari 30 menit sebelum selesai itu dianggap absent juga. Maksimum absent itu kan 5 tiap level. 5 itu kan 35 % dari seluruh pertemuan. Kalau di atas 5 itu tidak boleh mengikuti test kenaikan level. Cuma kami masih melihat alasannya apakah sakit, kegiatan sekolah, dsb. Kalau demikian sampai 6 kali ya ada tugas, belajar 1 unit dan sebagainya.

Materi pengajaran di LIA selalu di up date di dalam kurikulumnya selama beberapa periode sekali dan juga buku-buku yang diperbaharui. Siswa LIA yang memiliki nilai terbaik dikelasnya yang minimal 5 akan mendapatkan beasiswa untuk 1 level di atasnya dan untuk level yang sama. Pemasaran di LBPP LIA tidak dilakukan secara door to door, namun dengan service. Setiap karyawan diharpkan melayani customer dengan sangat baik.



- FL : Kalau spanduk itu nanti yang membuatkan siapa?
- DNG (4) : Kita langsung yang membuatkan.
- FL : Apakah LIA pernah mengadakan seminar Pak? Mungkin di sekolah-sekolah lain?
- DNG (5) : Nggak. Kalau di Solo nggak. Tapi kalau intern LIA iya. Jadi seminar untuk pengajar-pengajar LIA. Seminar khusus yang diadakan di LIA masih dalam kegiatan ulang tahun LIA.
- FL : Kemudian acara TV untuk LIA itu bagaimana Pak?
- DNG (6) : Iya. Walk to talk di Trans7 setiap minggu pukul 10.00 tahun 2009 ini. Acara TV itu diselenggarakan oleh LIA Pusat yang nantinya akan melibatkan seluruh jaringan LIA. Tempatnya bergilir untuk LIA seluruh Indonesia. Untuk Solo juga ikut, tapi ini shootingnya belum mulai.
- FL : Itu juga termasuk marketing Pak?
- DNG (7) : Iya. Sekarang ini saarannya marketing karena berhubungan dengan hari peringatan ulang tahun LIA.
- FL : Peringatan LIA itu tanggal berapa Pak?
- DNG (8) : Septembar tanggal tujuh. Rangkaian kegiatannya itu sejak tanggal 29 Januari sampai dengan Desember untuk memperingati itu.
- FL : Kegiatannya apa saja Pak?
- DNG (9) : Kegiatannya itu acara di trans tujuh setiap hari Minggu pukul sepuluh; lalu LIA conference yang bisa dibuka di [www.liaconferences.com](http://www.liaconferences.com) tempatnya di Yogyakarta; kalau yang umum ini ada lomba news reading untuk umum, pelajar dan mahasiswa yang diselenggarakan oleh setiap cabang LIA, dari pemenang daerah nanti kita kirim ke LIA pusat, yang masuk finalis orangnya nanti akan dibawa ke sana.
- FL : Untuk LIA conference itu apa juga melibatkan seluruh cabang LIA Pak?
- DNG (10) : Iya.

FL : Jadi semua cabang LIA bekerja sama untuk mensukseskan acara tersebut ya Pak?

DNG (11) : Iya. LIA sebagai tempat informasi dan sebagai tempat kerja sama.

FL : Apakah LIA conference itu ada pamflete atau brosurnya Pak?

DNG (12) : Iya ada. Leaflet.

FL : Untuk beasiswanya bagaimana Pak?

DNG (13) : Beasiswa itu untuk siswa yang nilainya tertinggi di levelnya. Berupa beasiswa satu term free.

FL : Kalau dalam kesempatan ada siswa yang sudah mendapat beasiswa lalu dia mendapat nilai 5 atau yang terbaik itu apakah pasti langsung dapat beasiswa?

DNG (14) : Bisa.

FL : Jadi beasiswa bisa berlanjut Pak?

DNG (15) : Ada yang berlanjut terus beasiswanya. Ada beberapa orang dulu dari level satu sampai dengan lulus itu dia langganan beasiswa. Anakanya itu namanya Pradhita. Bapaknya itu kalau ngambil pasti nangis. Karena saking terharunya. Karena dia di sekolahnya juga anak orang biasa dalam artian dia anak orang kurang mampu.

FL : Ada nggak Pak beasiswa untuk siswa yang belum ikut LIA?

DNG (16) : Biasanya kita ikutkan dalam sponsorship itu ya. Biasanya kita menyediakan tiga hadiah. Untuk juara satu ada kursus gratis di LIA untuk satu level, Juara dua dapat potongan kursus berapa persen, juara tiga ada potongan berapa persen gitu.

FL : Sekarang pertanyaanya lebih ke intern ya pak. Sekarang bapak berprofesi sebagai apa Pak?

DNG (17) : Sekretaris

**Komentar pengamat:**

Dari wawancara dengan Pak Danang selaku Secretary LBPP LIA, dapat disimpulkan tentang pelaksanaan marketing di LBPP LIA Surakarta. Berikut ini adalah beberapa kegiatan yang berhubungan dengan marketing di LBPP LIA:

1. Leaflet
2. Sponsorship untuk UNS (ESA's Fair, UMS, Pondok Assalam, SMAN 1 Surakarta, SMA Warga, dll).
3. Bentuk sponsorship adalah Seminar kit, block note, back draft, spanduk, penjurian.
4. Beasiswa. Beasiswa untuk siswa LIA diperuntukkan bagi siswa yang mendapatkan nilai tertinggi di kelasnya, beasiswa untuk non siswa diperuntukkan bagi pemenang lomba juara 1, 2 dan 3 yang mendapat sponsorship dari LIA.
5. Acara Televisi di trans7 pukul 10.00 pagi: Walk the Talk: Tingkatkan kemampuan Berbahasa Inggris bersama Jason.
6. LIA Conference: LIA Research Qolloguium tanggal 11, 18 dan 30 Mei 2009 di Yogyakarta.
7. LBPP LIA Pusat mendirikan STBA (Sekolah Tinggi Bahasa Asing) LIA Yogyakarta.



- FL : Trus kenapa kok tertarik sama LIA?
- GDS (6) : Ee, kenapa ya mbak, nggak tau, mungkin karena ada juga ini mbak-mbak kostku yang dulu nyaranin, udah ke LIA aja gitu. Ya liat-liat. Kalau LIA kan banyak yang anak sekolah juga. Kalau di tempat lain kaya di ELTI itu kan kebanyakan orang yang sudah kerja kan. Ya gitu gitu. Kalau di LIA kan hampir anak kuliah semua. Jadi seumuranlah.
- FL : O ya ya. Nggak takut sama anak SD, SMP.
- GDS (7) : Nggak, kan khusus conversation aja.
- FL : Trus sejak kapan denger kursusan LIA?
- GDS (8) : Kalau tau LIA ya udah dari dulu ya mbak, jaman-jaman masih SMA sih udah tahu. Baru kuliah ini aja taunya. Butuh sie soalnya.
- FL : Lha sejak kapan bergabung dengan LIA?
- GDS (9) : Eee semester 5.
- FL : Berarti kira-kira udah setengah tahunan ini ya?
- GDS (10) : Iya 6 bulanan. (*dua periode*)
- FL : Trus, menurut adek kursus Bahasa Inggris yang menarik itu gimana to? Secara umum apa?
- GDS (11) : Secara umumnya ya tentornya, menarik. Kalau dia bisa handle kelas, nggak terlalu serius tapi juga santai.
- FL : Lha emang di LIA itu ngajarnya gimana to?
- GDS (12) : Kalau di LIA sih, kan dah dua kali ini. Tentornya enak sih. Kita juga diajak guyon. Trus mereka juga, apa namanya, kalau ngajar tu bener-bener yang jelas gitu lo, kalau kita nggak ngerti bisa nanya. Dijelasin satu-satu gitu. Enak si. Komunikatif gitu. Kan ada game nya juga. Jadi game nya itu bisa buat refreshing gitu.
- FL : Game nya bukan kaya anak kecil gitu kan?
- GDS (13) : Bukan, misalnya kita lagi bahas tentang bab pekerjaan, ya udah kita game isalnya kuartet Tapi kuartetnya seputar tentang Bab itu yang kita bahas.

- FL : Kuartet kan buat 4 orang, padahal satu kelas kan lima belasan siswa kan?
- GDS (14) : Kuartet kan bisa buat 2-3 orang kan. Tapi asal kartunya pas kan udah ga pa pa.
- FL : Jadi dibuat kelompok-kelompok gitu ya?
- GDS (15) : Iya
- FL : Trus menurut adek, LIA itu yang menarik bagian apa?
- GDS (16) : Bagian apa ya. Oya, aku kan udah cerita tentang tentore.
- FL : Lha terus, selain tentore itu apa?ada lagi nggak?
- GDS (17) : Apa ya. Kalau aku si cuma itu aja sih mbak. Kalau di kelas kan anak-anaknya juga ndilalahnya temennya juga sama, jadi nglanjutin dari temen satu level yang dulu. Jadi satu kelas udah kenal baik gitu. Kalau yang lain-lainnya kan kaya gedunglah, administrasi nggak begitu ngaruh.
- FL : Oya, itu kan udah naik ke level selanjutnya. Padahal kalau udah berhenti itu kan nggak papa kan, udah dapat sertifikat kan? Trus kok lanjut kenapa? Butuh atau apa?
- GDS (18) : Tanggung sie mbak, kalau mau di tempat lain kan kita harus test lagi dari awal. Kalau di sini kan aku tinggal nglanjutin aja.
- FL : Mahal ndak to dek?
- GDS (19) : Ya, sama aja sie mbak. Kan satu level 3 bulan. Tu limaratus ribu. Ya nggak bandingin ya mbak. Nggak bandinginn ya mbak, tapi kalau di ELTI tu jatuhnya sama aja. Kalau di ELTI kan 1,5bulan dua ratus ribu. Cumin mereka sampai level sembilan. Kalau di LIA kan cuman sampai level enam.
- FL : Rencananya ni mau diselesaikan sampai level enam?
- GDS (20) : Iya, rencananya. Tanggung sie.
- FL : Dulu tu waktu ikut LIA, tujuan pertama kalinya apa? Alasannya?
- GDS (21) : Ya alasannya biar bisa berbahasa Inggris dengan lancar.
- FL : Lha buat apa?
- GDS (22) : Ya biar globalisasi gitu lho mbak. Biar bisa Bahasa Inggris.



FL : Jadi kaya saingan kerja gitu ya?

GDS (23) : Iya

FL : Jadi alasannya ikut LIA tu agar bias meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris dalam meningkatkan persaingan di dunia kerja, gitu ya?

GDS (24) : Iya

FL : Trus dari mana to dulu itu, dapat info tentang LIA tu dari siapa aja? Dari pertama kali sampai sekarang tau LIA tu dari siapa saja?

GDS (25) : Ya, dari temen-temen aja yang crita-crita gitu. Kalau aku sie dulu nggak pernah berpikiran ke mana-mana. Cuman pas dulu di Jakarta, tertariknya juga ke LIA. Di satu tempat gitu. Ya udah, nggak usah pindah ke tempat lain. Ke LIA saja.

FL : Apa pakai test to ndaftarnya?

GDS (26) : Iya

FL : Taunya tentang LIA tu dari temen kost aja, atau lainnnya?

GDS (27) : Ya temen kost, temen kampus.

FL : Nggak liat dari brosur, atau dari apa gitu?

GDS (28) : Nggak tau, malah baru liat brosurnya waktu datang ke LIA.

FL : Trus infonya cuman dari temen gitu ya?

GDS (29) : Iya

FL : Tau ndak kalau LIA pernah jadi sponsorship waktu lomba-lomba gitu?

GDS (30) : Tau Mbak. Lomba-lomba Bahasa Inggris paling.

FL : Kira-kira yang ngajak ke LIA tu banyak nggak?

GDS (31) : Emm, nggak juga tu Mbak, kan mereka cuman ngajak-ngajak tok, tapi ujung-ujungnya mereka malah pada males.

FL : Trus mereka bilang gimana waktu ngajak adek ke LIA?

GDS (32) : Enak kok di LIA, ya gitu-gitu kan. Kalo di situ kan disiplin, maksudnya ka nada ya yang nggak boleh telat sampai berapa menit gitu, maksimal bolos berapa kali gitu. Cuman selama ini ya enak-

enak aja sie, mereka juga baik kok. Ya rada ketat sie kaya mau ngajar gitu, tapi enak kok, tentornya juga enak.

FL : Jadi tertariknya karena infonya itu ya?

GDS (33) : Ya, karena aku sendiri juga udah pengen les. Sedangkan kalau mau di EF mahal, sejutaan tu waduh. Ya disitu deh. Yah menurut aku sie terjangkau gitu. Nggak terlalu yang mahal banget gitu. Di Solo, kursus Bahasa Inggris LIA kan udah bagus kan. Di luar kota juga ada kan.

FL : Trus, apa adek ngajak orang lain buat ikut ke LIA juga?

GDS (34) : Ngajak sie, kadang-kadang gitu. Cuman mereka kadang-kadang males sie. Mending kan, kalau aku kan ngambilnya CV ta. Kalau mereka kadang-kadang malah pengennya yang TOEFL gitu.

FL : Kemarin itu waktu masuk tet kan. Perasane gimana waktu ketrima?

GDS (35) : Rasanya gimana ya Mbak. Biasa-biasa aja.

FL : Nggak seneng ta? Testnya ngak negangin gitu ta?

GDS (36) : Testnya cuman tertulis sie Mbak. Pas test masuknya cuman tertulis tok. Kan testnya, waktu kita masuk ke level satu atau dua atau tiga gitu.

FL : Bisa nggak langsung k level empat gitu?

GDS (37) : Bisa, kan sesuai hasil testnya. Tar setelah seminggu hasilnya di umumin, kita masuk level berapa gitu.

FL : Program yang adek ikuti apa?

GDS (38) : Conversation.

FL : LIA menjanjikan apa tentang program conversation yang diikuti?

GDS (39) : Nggak kok. Nggak dijanjikan apa-apa sie. Masalah bias nggak bias kan semua tergantung orangnya sie, kalau dasare wis minat seneng ya bisa-bisa aja to Mbak.

FL : Tar dapat apa kalau lulus?

GDS (40) : Sertifikat.

FL : Dengan kursus di LIA, yang diperoleh apa?

GDS (41) : Ya kemampuan, pengalaman, belajar.

- FL : Tapi kan juga bias belajar di kampus kan?
- GDS (42) : Iya sie Mbak, tapi kan kalau di kampus itu cuman dapat Bahasa Inggris yang dasar aja. Dasar banget tu.
- FL : Ikut kursus ke LIA seneng nggak?
- GDS (43) : Ya sejauh ni seneng-seneng aja. Lebih seneng malah, kan di sana kelasnya rame gitu. Ada game nya gitu. Dalam satu pertemuan tu nggak mungkin materi tok gitu, jadi tetep ada game nya. Disuruh bikin kelompok-kelompok speaking gitu. Jadinya seru. Temen-temennya banyak, kan ada yang dari UMS.
- FL : Kalau nggak masuk sekali gitu, eman-eman ga? Materinya ketinggalan gitu.
- GDS (44) : Ya gitu lah
- FL : Dikasih apa di LIA?
- GDS (45) : Buku students tu sama worksheet, CD, stiker.
- FL : Faktor-faktornya pa to yang mempengaruhi ke LIA itu?
- GDS (46) : Kebutuhan itu.
- FL : Bukan karena harga?
- GDS (47) : Kalau harga si, sama aja. Kecuali kalau dibandingin ma EF ya mahal EF. Dulu itu malah waktu aku ikut yang CV satu masih murah. Trus aku kan sempet postpone to, sebelum kut tu masih empat ratus apa ya. Setelah ikut tu lebeih mahal sie, naik dikit tapi nggak seberapa sie.
- FL : Media pemasaran di LIA apa aja to?
- GDS (48) : Brosur, leaflet, kayake LIA dah punya nama deh mbak, jadinya mereka kaya nggak perlu memblow up iklan gitu. Nggak usah gedegedeon orang dah pasti nyari tu. Mereka dah punya nama di mana-mana kaya Solo, Jogja gitu.
- FL : Cukup sekian deh kayake, makasih ya. Nanti kalau ada info tambahan yang saya butuhkan, saya boleh minta tolong Tanya-tanya lagi?
- GDS (49) : Iya

### **Komentar Pengamat:**

Dari hasil wawancara dengan GDS, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa hal yang mempengaruhinya untuk mengikuti kursus di LBPP LIA. Beberapa hal tersebut juga merupakan bagian dari marketing juga. Hal tersebut antara lain:

1. Ajakan dari teman kampus dan teman kost.
2. Informasi dari mulut ke mulut.
3. Brosur dan leaflet LBPP LIA.
4. Sponsorship dari LBPP LIA untuk lomba-lomba.
5. Pengajar yang baik dan ramah.
6. Metode mengajar yang menyenangkan.

Tujuan GDS untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA adalah untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris dalam rangka untuk menghadapi globalisasi. Ia mengambil program conversation dimaksudkan agar dapat berkomunikasi dengan baik dan lancar dengan menggunakan Bahasa Inggris dalam persaingan dunia kerja.

GDS menikmati kursus di LBPP LIA karena cara mengajar tutor dan metode pengajaran yang menyenangkan. Selain itu ia mengungkapkan bahwa ia memang sudah berminat untuk ikut kekursus di LBPP LIA sejak dulu karena LBPP LIA sudah memiliki nama yang bagus, jadi informasi tentang keberadaan LBPP LIA sudah tersebar dan diketahui oleh khalayak ramai. Informasi tersebut lebih bersifat dari orang ke orang atau mulut ke mulut atau gethok tular.

Alasan GDS tertarik dan berminat pada LBPP LIA adalah karena LBPP LIA mengelompokkan siswa berdasarkan umur. jadi dalam satu kelas itu bisa jadi anak kuliah semua, anak SMA semua, atau orang yang sudah bekerja semua. Jadi interaksi antara peserta dapat terjalin dengan baik karena tidak ada percampuran strata.



- SBR (5) : Ya, lumayan, tambah bisa berkomunikasi pakai Bahasa Inggris sama temen-temen.
- FL : Udah? Trus sejak kapan kenal LIA?
- SBR (6) : Iya, sejak dulu, dari SD malahan.
- FL : SD? Ini SMA kelas?
- SBR (7) : Satu.
- FL : Dulu SD udah tahu LIA ya? Berarti udah lama banget. Taunya dari siapa dulu?
- SBR (8) : Tau LIA dari orang tua.
- FL : Dari orang tua yang cerita ke adek? Orang tuanya ikut kursus ke LIA juga?
- SBR (9) : Ndak
- FL : Trus, sejak kapan mengikuti kursus di LIA ini?
- SBR (10) : Baru 4 bulan ini.
- FL : Itu juga di ajak temen-temennya ndak?
- SBR (11) : Ya nggak, pengennya kan gitu, trus temen ada yang ikut, trus aku tertarik gitu aja.
- FL : Oh ya ya ya. Menurut adek, secara umum itu kursus Bahasa Inggris yang menarik itu yang bagaimana?
- SBR (12) : Pelajarannya itu ndak tegang, santai, dibuat santai, dan setiap hari itu pakai permainan gitu lah.
- FL : Oh. Trus yang menarik dari LIA itu apa?
- SBR (13) : Gurunya ramah-ramah
- FL : Itu gurunya, trus?
- SBR (14) : Cara pengajarannya itu mudeng.
- FL : Emm
- SBR (15) : Kata-katanya itu simple tapi mudah dimengerti
- FL : Emm. Trus kira-kira banyak ndak orang yang udah dapat kerja setelah kursus di sini?
- SBR (16) : Ndak tau.

- FL : O. trus tau informasi tentang LIA itu dari mana aja? Dari media apa aja? Dari siapa aja?
- SBR (17) : Dari orang-orang ngomong-ngomong.
- FL : Trus, tau tentang LIA dari media apa? dari leaflet, poster
- SBR (18) : Tau.
- FL : Trus dapat info tentang LIA dari media cetak ndak? Koran, Buku, majalah?
- SBR (19) : Belum pernah.
- FL : Tau ndak kalau LIA itu pernah dan sering mensponsori kegiatan lomba-lomba gitu?
- SBR (20) : Tahu kalau LIA mensponsori kegiatan-kegiatan lomba.
- FL : Trus apakah adek tahu kalau LIA itu pernah mengadakan kegiatan social?
- SBR (21) : Tahu
- FL : Kalau beasiswa?
- SBR (22) : Udah
- FL : Beasiswanya gimana?
- SBR (23) : Kalau siswa itu dapat nilai tertinggi tu, nanti dapat beasiswa, satu level ndak usah bayar.
- FL : Tapi kalau misale dapat beasiswa, trus level selanjute itu dapat 5 semua. Bisa ndak dapat beasiswa lagi ndak?
- SBR (24) : Emm, jadi gratis kursus di sini itu bisa ya?
- FL : Wah, banyak ndak orang yang mengajak added untuk ikut kursus ke LIA?
- SBR (25) : Banyak.
- FL : Siapa aja?
- SBR (26) : Temen-temen, orang tua, kakak,
- FL : Jadi kebanyakan itu infonya dari orang-orang terdekat ya? Mereka bilang gimana?
- SBR (27) : Ya. Mereka tu bilang kalau pengajarannya bagus. Pokoknya bagus.
- FL : Bagus semuanya atau cuma pengajarannya saja?

SBR (28) : Semuanya.

FL : Trus apa adek tertarik dengan info tersebut?

SBR (29) : Tertarik.

FL : Mengajak orang lain juga?

SBR (30) : Iya, temen sekelas bias sampai lima.

FL : Biaya kursus di LIA itu menurut adek jika dibandingkan dengan kursus yang lain bagaimana?

SBR (31) : Standard

FL : Fasilitas yang tersedia di LIA bagaimana?

SBR (32) : Bagus. Ada AC, TV, radio

FL : Itu untuk satu kurrsusan atau satu kelas?

SBR (33) : Satu ruang.

FL : Satu ruang pasti ada?

SBR (34) : Satu ruang pasti ada, Mbak.

FL : Iya, pendapat adek mengenai fasilitasnya itu bagaimana?

SBR (35) : Itu lo, kantinnya tu kurang penuh, tempat kantin kurang nyaman, kadang-kadang air habis atau mati, trus kamar mandi yang di atas itu rusak. Jadi kalau dari atas harus turun ke bawah dulu hihhi capek.

FL : Lha kalau fasilitas belajar mengajarnya?

SBR (36) : Lengkap dan bagus.

FL : Trus pendapat adek tentang kegiatan belajar mengajar di LIA bagaimana?

SBR (37) : Menarik.

FL : Apanya yang menarik?

SBR (38) : Dikasih permainan.

FL : Pendapat adek tentang pengajarnya bagaimana?

SBR (39) : Enak tu, baik, menarik, ya kaya temen tu, ndak kaku

FL : Em, ya. Trus kelebihan dan kekurangan LIA tu apa?

SBR (40) : Ngajarnya tu mudah diserap, kekurangannya kadang-kadang AC mati.

FL : Harapannya adek ke LIA tu apa?



SBR (41) : LIA jadi lebih baik.

FL : Oya, kira-kira cukup sekian dulu. Terima kasih ya dek?

SBR (42) : Iya mbak sama-sama.

### **Komentar Pengamat:**

Dari hasil wawancara dengan Sabrina, dapat disimpulkan bahwa ia berminat mengikuti kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA Surakarta karena beberapa faktor yang terkait dengan marketing antara lain:

1. Informasi tentang LBPP LIA dari keluarga. Dalam hal ini adalah orangtuanya.
2. Informasi tentang LBPP LIA dari teman-temannya.
3. Informasi tentang LBPP LIA dari leaflet.
4. Informasi tentang LBPP LIA dari sponsorship lomba-lomba.
5. Informasi tersebut menyatakan bahwa pengajaran di LBPP LIA bagus.
6. Informasi tersebut menyatakan bahwa pengajar di LBPP LIA ramah.
7. Informasi tersebut menyatakan bahwa LBPP LIA adalah kursus Bahasa Inggris yang terkenal.
8. Informasi tersebut menyatakan bahwa LBPP LIA menyediakan beasiswa.

Beberapa faktor tersebut telah diketahui oleh SBR sejak dahulu yaitu sejak SD. Hal tersebut mempengaruhi SBR untuk mengikuti kursus di LBPP LIA surakarta bukan di tempat lain. SBR juga mengungkapkan dalam wawancaranya bahwa informasi tentang LBPP LIA lebih bersifat dari orang ke orang.

Minat SBR untuk mengikuti kursus dapat terlaksana setelah ia berada di SMA kelas 1. Ia mengungkapkan bahwa LBPP LIA merupakan kursus Bahasa Inggris yang terkenal. Hal tersebut dibuktikan dengan kualitas yang bagus. Keinginan SBR untuk mengikuti kursus di LBPP LIA karena ia ingin meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris. Setelah mengikuti kursus beberapa waktu ia dapat berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Inggris dengan teman-temannya.

Kemampuan SBR tersebut didukung oleh metode pengajaran yang digunakan oleh para tentor dalam mengajar. Tantor pada umumnya menggunakan metode games dalam mengajar. Dalam games tersebut siswa mengekspresikan ide-idenya dalam Bahasa Inggris dengan senang hati tanpa terpaksa. Sehingga kemampuan berbicara dalam bahasa Inggris akan didapat karena faktor keterbiasaan. Selain itu, penyampaian materi akan mudah terserap karena siswa sudah merasa nyaman dengan metode guru dalam mengajar.

Selain itu, beasiswa yang ada di LIA membuat siswa tekun belajar. Beasiswa tersebut diperuntukkan bagi siswa yang memiliki nilai tertinggi di kelasnya. Beasiswa tersebut juga dapat mempengaruhi minat siswa untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA. Biaya kursus dapat dikatakan terjangkau.



- FL : Kemudian, tujuan ikut kursus bahasa Inggris di LIA itu apa?
- EVN (5) : Mengisi waktu luang, maen, belajar hehe.
- FL : Trus yang diinginkan itu udah di dapat semua?
- EVN (6) : Lima puluh persen hehe.
- FL : Trus, sejak kapan ikut di LIA?
- EVN (7) : Ya, ini udah empat bulan.
- FL : Sebelumnya itu kenal LIA sejak kapan?
- EVN (8) : Kapan ya kak, ya waktu SMA ini.
- FL : Menurut adek, umumnya kursus Bahasa Inggris yang baik itu yang bagaimana?
- EVN (9) : Yang rame gitu, fasilitasnya enak gitu, ya kaya di LIA ini.
- FL : Trus yang menarik dari LIA itu apa?
- EVN (10) : Apa ya kak, ebenarnya dengan kursus yang lain itu sama aja. Tapi kayaknya mungkin lebih rame itu kak.
- FL : Lebih rame apanya?
- EVN (11) : Muridnya
- FL : Trus, tau info tentang LIA itu dari mana aja?
- EVN (12) : Tau info tentang LIA dari temen, keluarga,
- FL : Apa adek tau info tentang LIA tu dari leaflet pamphlet, brosur atau baliho?
- EVN (13) : Belum tu
- FL : Berarti jarang ya
- EVN (14) : Iya, kebanyakan dari mulut ke mulut
- FL : Kemudian kalau dari media cetak itu Koran, majalah, buku?
- EVN (15) : Belum pernah
- FL : Tapi LIA lumayan terkenal gitu ya, banyak orang tau gitu?
- EVN (16) : Iya
- FL : Trus adek tau nggak kalau LIA itu mensponsori kegiatan lomba-lomba?
- EVN (17) : Nggak tau
- FL : Tau ndak kalau LIA itu pernah mengadakan kegiatan social?

- EVN (18) : Belum tahu
- FL : Kalau beasiswa?
- EVN (19) : Ada kak
- FL : Beasiswanya apa aja?
- EVN (20) : Itu kak, kalau ada yang nilainya final score dapat lima itu dapat gratis beasiswa ke tingkat berikutnya
- FL : Gratis tu semuanya digratisin gitu aja?
- EVN (21) : He-em semuanya kalau naik ke tingkatan selanjutnya yang sama
- FL : Itu buat siswanya. Kalau buat yang belum ikut LIA bagaimana?
- EVN (22) : Ndak
- FL : Trus, banyak ndak yang ngajak adek untuk ikut ke LIA?
- EVN (23) : Iya
- FL : Apa adek dapat info tentang LIA dari orang-orang terdekat?
- EVN (24) : Iya, dari keluarga.
- FL : Mereka bilang apa?
- EVN (25) : Les di LIA aja. Itu Lembaga Indonesia Amerika. Itu enak
- FL : Jadi adek tertarik ke LIA karena informasi itu?
- EVN (26) : Iya
- FL : Trus ngajak temen atau orang lain gitu ndak?
- EVN (27) : Iya ngajak. Cuma satu
- FL : Ikut ndak?
- EVN (28) : Kayanya ikut, tapi kelasnya beda
- FL : Lha adek kelasnya apa?
- EVN (29) : EL 2. Elementary 2
- FL : Trus menurut adek, biaya kursus di LIA bila dibandingkan dengan kursus di tempat lain itu bagaimana?
- EVN (30) : Ya kayanya standar gitu kak.
- FL : Sama gitu kira-kira ya?
- EVN (31) : Paling bedanya dikit gitu, tapi standar
- FL : Lebih murah atau lebih mahal?
- EVN (32) : Kayanya agak lebih mahal di sini, tapi sebanding

- FL : Trus, sepengetahuan adek, fasilitas yang tersedia di LIA apa?
- EVN (33) : Itu AC, tape, TV, mushola, kantin, toilet.
- FL : Ada perpustakaan?
- EVN (34) : Perpustakaan? Tidak ada
- FL : Trus, pendapat adek tentang kegiatan belajar-mengajar di LIA bagaimana?
- EVN (35) : Ya, sejauh ini menyenangkan gitu.
- FL : Menarik tidak?
- EVN (36) : Iya
- FL : Terus, pendapat adek tentang pengajarnya bagaimana?
- EVN (37) : Ee ya lumayan enak sih kak, tapi cowok. Jadi menyenangkan
- FL : Menurut adek, kelebihan dan kekurangan LIA apa?
- EVN (38) : Kalau kelebihan LIA enak, enak gitu. Tapi kalau kekurangannya
- FL : Kekurangannya?
- EVN (39) : Ya itu tidak ada perpustakaan, kantinnya kurang enak
- FL : Harapan ke depannya tentang LIA apa?
- EVN (40) : Moga-moga LIA pengajarnya tambah enak, banyak muridnya, trus dapat fasilitas-fasilitas yang menunjang gitu.
- FL : Oya, cukup sekian aja. Makasih ya dek ya?
- EVN (41) : Iya, sama-sama kak.

**Komentar Pengamat:**

Dari hasil wawancara dengan Ervina, dapat disimpulkan bahwa ia berminat mengikuti kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA Surakarta karena beberapa faktor yang terkait dengan marketing antara lain:

1. Informasi yang didapat dari teman-teman.
2. Informasi yang didapat dari keluarga.
3. Informasi dari orang-orang sekitar dari mulut ke mulut.
4. Beasiswa LBPP LIA.

Ervina mengikuti kursus dikarenakan LBPP LIA merupakan kursus dari Lembaga Indonesia Amerika dan memiliki kualitas bagus dari lulusan yang telah sukses. Ia telah mengikuti kursus selama 4 bulan, yang berarti ia telah mengikuti LIA selama 2 periode. Hal tersebut menunjukkan kesetiaan pelanggan. Ia tidak mencoba kursus yang lainnya, tetapi mengikuti kursus yang sama di LBPP LIA untuk jenjang atau level selanjutnya.

Orang-orang memberitahu EVN bahwa kursus di LBPP LIA itu enak karena fasilitasnya lengkap, lulusannya sukses-sukses, kegiatan belajar-mengajarnya menyenangkan, pengajarnya enak. Menurut opininya, kursus Bahasa Inggris yang bagus itu seperti kursus di LBPP LIA dalam hal ramai murid dan juga lengkapnya fasilitas pengajaran.



- AB (4) : Kalau saya, bahasa Inggris saya kan agak little-title gitu Mbak. Jadi saya kursus di LIA ini untuk menambah pengetahuan saya tentang Bahasa Inggris dan juga agar lancar.
- FL : Sejak kapan Anda mengenal LIA dan bergabung dengan LIA?
- AA (5) : Saya mengenal LIA itu sejak saya tu SMP. Kemudian saya berencana untuk ikut ke LIA kalau saya sudah masuk SMA.
- AB (5) : kalau saya kan dulu waktu SMA juga sudah mengenal. Tapi waktu SMA itu saya tidak diijinkan gitu. Jadinya saya mulai ikut les di sini waktu kuliah.
- FL : Sudah berapa lama Anda ikut kursus di LIA?
- AA (6) : Kira-kira 4 bulan. Dua periode tu.
- AB (6) : Saya juga 4 bulan.
- FL : Menurut Anda, bagaimanakah kursus Bahasa Inggris yang menarik itu?
- AA (7) : Yang komunikatif
- AB (7) : Yang komunikatif dan inspiratif.
- FL : Apakah ikut kursus di LIA itu menyenangkan dan menarik?
- AA (8) : Ya.
- AB (8) : Iya Mbak. Gurunya juga komunikatif dengan murid-murid.
- FL : Apa sajakah yang menarik dan menyenangkan dari LIA?
- AA (9) : Mempelajari kosa kata baru, berlatih mengucapkannya juga, belajar mengekspresikan sesuatu.
- AB (9) : Memperdalam skill Bahasa Inggris nya.
- FL : Dari mana saja Anda mendapatkan informasi tentang LIA?
- AA (10) : Dari temen, terus temen saya kasih brosur, terus saya ngomong sama orang tua.
- AB (10) : Dari kakak kelas.
- FL : Apakah ada banyak orang yang mengajak ikut ke LIA? Mereka bilang apa tentang LIA?
- AA (11) : Yang mengajak lumayan banyak juga. Mereka bilang kalau mau ikut kursus ke LIA aja, itu kan deket, jadi nggak repot.



- AB (11) : Ya lumayan banyak juga si yang ngajak. Soalnya temen-temen di UNS itu kebanyakan dah kursus ke sini, jadi ya pandangannya ke sini. Waktu saya tanya, “Kursus yang baik itu di mana si?” mereka bilang, “O, itu Mbak di LIA aja, kualitasnya bagus tu”.
- FL : Apa Anda mengajak orang lain untuk ikut ke LIA? Apakah mereka tertarik dengan ajakan Anda?
- AA (12) : Kalau tertarik nggak saya nggak tau Mbak. Tapi saya tu sudah ngajak, habis itu mereka minta brosurnya. Trus ya saya kasih gitu.
- AB (12) : Iya ngajak temen. Mereka yang Bahasa Inggrisnya agak litle-litle akhirnya mau ikut juga. Karena harganya juga biasa, standard, tidak terlalu mahal.
- FL : Setelah diterima Anda senang tidak?
- AA (13) : Biasa, seneng.
- AB (13) : Tu disesuaikan dengan tingkat kemampuannya setelah mengikuti placement test.
- FL : Apa yang dijanjikan LIA terhadap program yang diikuti?
- AA (14) : Katanya biar kita lebih lancar berbahasa Inggris.
- AB (14) : Lebih profesional dalam menghadapi soal-soal Bahasa Inggris.
- FL : Yang diperoleh setelah ikut kursus di LIA itu bagaimana?
- AA (15) : Ya kosa kata yang diperoleh jadi lebih banyak, pengucapannya itu jelas, sama kita terbiasa menghadapi situasi berbahasa Inggris.
- AB (15) : Menambah kemampuan kita terhadap konsep Bahasa Inggris atau grammar tata cara berbahasa. Kalau dulunya ngomong pake Inggris itu asal-asalan, eh ternyata ada aturannya.
- FL : Faktor apa yang membuat Anda untuk ikut kursus di LIA?
- AA (16) : Awalnya ya temen. Kata temen tu ya bagus, efektif, terkenal.
- AB (16) : Dari kualitas, harganya terjangkau, nggak kalah saing dari lembaga bahasa Inggris lainnya.
- FL : Terima kasih ya?
- AA (17) : Iya sama-sama.
- AB (17) : Iya ndak pa-pa.

**Komentar Pengamat:**

Dari hasil wawancara dengan kedua siswa LBPP LIA tersebut, dapat disimpulkan bahwa mereka tertarik untuk mengikuti kursus di lembaga tersebut dikarenakan untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggrisnya. Mereka mengikuti kursus di lembaga tersebut lebih dari 1 periode dikarenakan gurunya yang komunikatif. It dapat diartikan sebagai *good teaching quality*. Salah satu pemasaran yang berupa service.

Mereka mendapatkan informasi tentang lembaga tersebut dari teman-temannya, keluarga (kakak) dan brosur. Teman dan keluarga merupakan salah satu link pemasaran, yaitu social interaction. Brosur merupakan printed media yang dipergunakan dalam pemasaran.

Alasan mereka mengikuti LIA, karena lembaga tersebut bagus, efektif dan terkenal. Selain itu dari kualitas, harganya terjangkau, nggak kalah saing dari lembaga bahasa Inggris lainnya.



- DT (5) : Mulai semester lima.
- FL : Sekarang semester berapa?
- DT (6) : Semester delapan.
- FL : Jadi sudah berapa lama anda mengikuti kursus Bahasa Inggris LIA?
- DT (7) : Sudah 1,5 tahun.
- FL : Pada umumnya bagaimanakah kursus Bahasa Inggris yang menarik bagi anda?
- DT (8) : Yang pertama sertifikatnya harus valid, maksudnya diakui oleh universitas juga. Yang ke dua pembelajarannya itu harus menyeluruh, maksudnya kan setiap orang memiliki kemampuan Bahasa Inggris yang berbeda-beda, rajin, malas dan lain sebagainya. Sehingga semuanya itu harus dapat terserap oleh satu demi satu orang.
- FL : Apa yang menarik dari LIA?
- DT (9) : LIA terkenal, pembelajarannya menarik.
- FL : Apa alasan anda mengikuti kursus Bahasa Inggris LIA?
- DT (10) : Untuk jangka pendek dan jangka panjang. Jangka pendek untuk menambah kemampuan komunikasi bahasa Inggris dan jangka panjang untuk meneruskan pendidikan ke luar negeri.
- FL : Dari mana anda mengetahui informasi tentang LIA?
- DT (11) : Dari teman-teman aku, trus aku datang ke LIA dan dapat leaflet jadi aku tertarik.
- FL : Teman-temennya juga ikut kursus ke LIA kah?
- DT (12) : Iya.
- FL : Apakah saudara dan keluarga juga memberi tahu informasi tentang LIA?
- DT (13) : Iya.
- FL : Apakah anda mendapatkan informasi tentang LIA dari media misalnya brosur, leaflet, poster, baliho?
- DT (14) : Ya, ya itu juga.
- FL : Informasi yang didapat apa?
- DT (15) : Brosur.

- FL : Dapatnya di mana?
- DT (16) : Di LIA langsung.
- FL : Apakah anda mendapatkan informasi tentang LIA dari media cetak, misalnya buku, Koran, majalah?
- DT (17) : Majalah. C 'n S. Cool and Smart
- FL : Tau LIA dari media elektronik ga?
- DT (18) : TV dan internet.
- FL : Apakah anda mengetahui jika LBPP LIA mensponsori kegiatan lomba-lomba?
- DT (19) : Iya tahu.
- FL : Apakah anda mengetahui jika LIA pernah mengadakan kegiatan bakti sosial?
- DT (20) : Iya pernah ada baksos.
- FL : Apakah anda tahu jika LIA mengadakan beasiswa?
- DT (21) : Iya tahu. Lha kan setiap level yang muridnya paling bagus itu bakal gratis lesnya.
- FL : Apakah ada banyak orang yang mengajak anda untuk ikut kursus di LIA?
- DT (22) : Nggak.
- FL : Apakah anda mendapatkan informasi tentang LIA dari orang-orang terdekat anda, misalnya teman, saudara, kenalan, orang tua?
- DT(23) : Iya. Dari teman-teman.
- FL : Apakah yang mereka katakana tentang LIA?
- DT(24) : Apa ya, LIA adalah kursus bahasa Inggris yang terbagus yang sertifikat dan statusnya diakui.
- FL : Apakah anda tertarik dengan informasi tersebut?
- DT (25) : Iya tertarik.
- FL : Apakah anda mengajak orang lain untuk ikut kursus di LIA?
- DT (26) : Iya. Adikku dan beberapa dari temen-temenku berminat juga.
- FL : Biayanya bagaimana kalau dibandingkan dengan kursus yang lain?
- DT (27) : Ya rata-rata sama.

- FL : Apa saja fasilitas di LIA?
- DT (28) : Work book sama student's book. Itu ada dua. Satu dikerjakan di rumah, satu dikerjakan di sekolah. Trus dapat kaset CD juga. Di kelas ada TV, tape, AC, alat-alat peraga ang dibawa setiap guru.
- FL : Alat peraganya apa misalkan?
- DT (29) : Ada gambar, bola, banyak sekali kok.
- FL : Bagaimana pendapat anda tentang fasilitas tadi?
- DT (30) : Fasilitasnya lengkap sekali tapi ,tidak digunakan secara efektif.
- FL : Bagaimana pendapat anda tentang kegiatan belajar mengajar di LIA?
- DT (31) : Bagus dan menarik, karena setiap waktu ada variasi. Jadi aku ngak bosan. Dengan temen-temen juga interaktif.
- FL : Yang buat menarik itu apanya?
- DT (32) : Diskusi yang membuat anak-anak aktif.
- FL : Bagaimana pendapat anda tentang pengajarnya?
- DT (33) : Tiap pengajar mempunyai karakteristik yang berbeda-beda. Tapi sebagian besar penyampaianya enak banget, tiap orang bawa alat peraga tersendiri.
- FL : Apakah kelebihan dan kekurangan LIA?
- DT (34) : Kelebihannya fasilitasnya baik dan lengkap, kelasnya juga menyenangkan, pengajarnya menempatkan murid itu sebagai temen jadi enak banget. Kekuranganya harganya lumayan agak sedikit mahal misalnya mau postpone/cuti itu harus bayar.
- FL : Apa harapan anda ke depannya tentang LIA?
- DT (35) : Jangan terlalu mahal, pembelajarannya lebih menarik lagi.
- FL : Sebelum dan sesudahnya terima kasih banyak ya?
- DT (36) : Ya sama-sama.

### **Komentar Pengamat:**

Dari hasil wawancara dengan DT, dapat disimpulkan bahwa ia berminat mengikuti kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA Surakarta karena beberapa faktor yang terkait dengan marketing antara lain:

1. Informasi yang diperoleh dari brosur dan leaflet.
2. Informasi yang diperoleh dari teman-teman
3. Informasi yang diperoleh dari keluarga
4. Informasi yang diperoleh dari sponsorship yang dilakukan LIA.
5. Informasi yang diperoleh dari kegiatan Bakti Sosial LIA.

Alasan DT untuk mengikuti kursus Bahasa Inggris di LBPP LIA adalah karena lembaga kursus tersebut terkenal dan pembelajarannya menarik. Sedangkan tujuannya ikut kursus Bahasa Inggris adalah untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris dan mempersiapkan diri untuk dapat melanjutkan pendidikan di Luar negeri.

DT sudah mengikuti kursus Bahasa Inggris di LIA selama 1,5 tahun atau 18 bulan atau 6 periode. Ini menunjukkan kesetiaan pelanggan. Alasannya untuk tetap kursus di LIA dan tidak yang lainnya adalah karena Fasilitas di LIA lengkap-lengkap dan bagus, media pengajaran (alat peraga) yang dibawakan guru dapat mempermudahnya menerima pelajaran, metode mengajarnya yang bagus, pelayanan yang bagus dan memuaskan.

DT juga mengajak orang lain untuk mengikuti kursus di LIA dan mereka yang diajak mau. Mereka adalah beberapa orang temannya dan adiknya. Ini berarti bahwa sebagian marketing di LIA dilakukan lewat mulut ke mulut atau *gethok tular*.

**FIELD NOTES**

15. Pendaftaran Siswa di Front office dan Pelayanannya .....	166
16. Ruang Kelas dan Fasilitas .....	171
17. Situasi Gedung LBPP LIA Surakarta .....	176
18. Kegiatan Belajar dan Pembelajaran Siswa .....	183



## CATATAN LAPANGAN HASIL PENGAMATAN

Catatan Lapangan Nomor : 09

Waktu Pengamatan : Jumat, 1 Mei 2009  
Pukul 13.00 – 13.15 WIB

Tempat Pengamatan : Ruang Front office dan Resepsionis Lembaga  
Bahasa dan Pendidikan Profesional (LBPP) LIA  
Surakarta

Objek Pengamatan : Pendaftaran Siswa kursus Bahasa Inggris di LBPP  
LIA Surakarta dan pelayanan petugas resepsionis.

Pengamat : Fita Lita Rohwidhi

Catatan Lapangan Dibuat : 1 Mei 2009  
Pukul 20.00 WIB

## Situasi Latar

Ruang Front office di Lembaga Bahasa dan Pendidikan Proffesional LIA Surakarta terdapat di bagian paling depan gedung. Lokasinya secara spesifik terdapat di bagian depan gedung sebelah kanan. Ruangan tersebut berpintu, berjendela dan berdinding kaca sehingga petugas resepsionis dapat langsung melihat siapa saja pengujung yang akan datang dan memasuki ruangan.

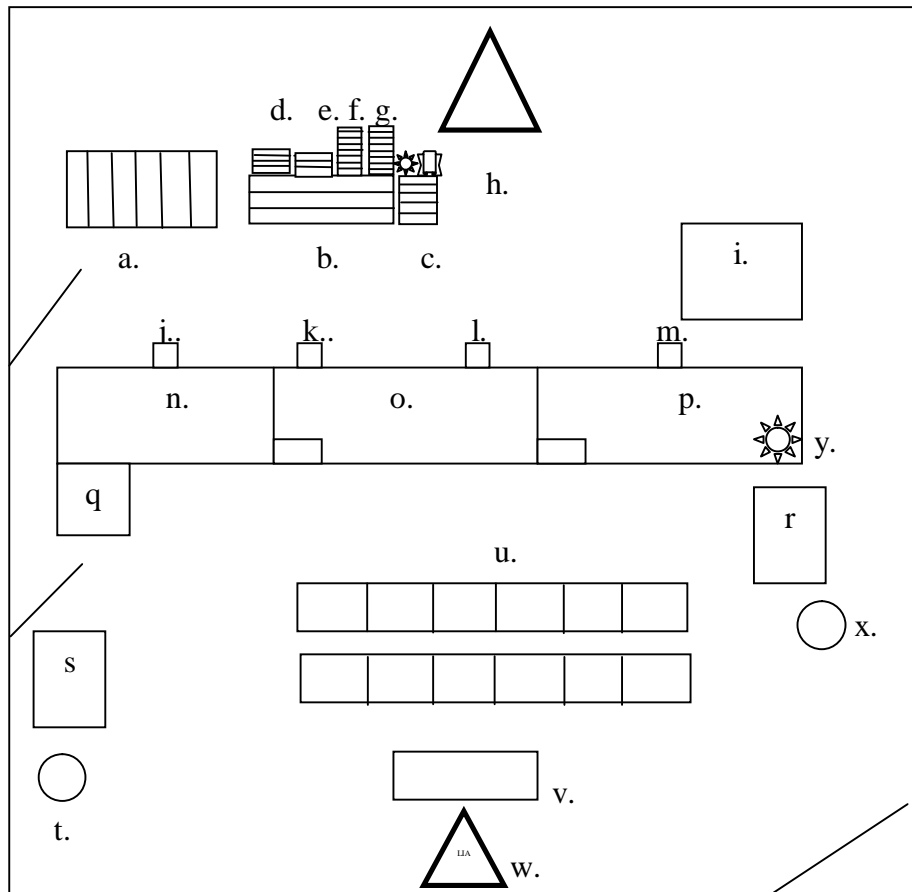
Ruang front office memiliki tiga pintu. Pintu pertama ada di sebelah utara. Pintu ini merupakan akses keluar masuk untuk tamu umum atau non siswa dan non staff LIA. Pendaftar baru biasanya memasuki LIA melalui pintu ini. Pintu ke dua ada di sebelah timur kiri. Pintu ini adalah pembatas dengan ruangan-ruangan staff kantor LBPP LIA. Pintu ini merupakan akses keluar masuk untuk para guru dan staff LIA. Hanyalah orang-orang dalam atau kantor yang diijinkan melewatinya, namun tidak menutup kemungkinan bagi para tamu memasuki LIA melewati pintu ini untuk bertemu dengan staff kantor. Pintu ketiga ada di sebelah timur kanan di dalam loket besar. Pintu ini merupakan akses keluar masuk untuk petugas front office. Hanyalah petugas front office yang dapat melewatinya.

Front office dapat juga disebut pusat administrasi dan pelayanan. Di sinilah semua sumber dan data tentang siswa dan staff lembaga tersimpan. Ketika masuk, maka pengunjung akan langsung dihadapkan dengan tiga loket besar. Setiap loket memiliki seorang petugas dengan setiap komputer yang dikelola oleh setiap petugasnya. Komputer tersebut berisi data tentang pengadministrasian LBPP LIA Surakarta. Para petugas tersebut berperan dalam pelayanan para pelanggan, baik pendaftaran maupun sumber informasi. Loket besar dan pengunjung dibatasi dengan kaca besar. Sehingga interaksi antara pengunjung dan petugas secara tidak langsung.

Di depan loket tersedia dua tempat leaflet untuk LBPP LIA Surakarta dan Pratama Mulia. Masing-masing di sebelah kanan dan di sebelah kiri loket. Leaflet tersebut dapat diambil dengan free. Di dalam loket di sebelah belakang kiri terdapat sebuah lemari 6 pintu yang bersandar pada tembok, rak yang berisi 4 deret kumpulan buku, serta sebuah kabinet yang berisi piala dan bunga. Di sebelah kanan belakang terdapat sebuah lemari besi. Di bagian tengah terpasang sebuah logo LIA yang besar, yang dapat langsung dilihat oleh pengunjung ketika memasuki ruang front office.

Ruangan front office ukurannya kira-kira 7x6 Meter persegi. AC yang terpasang di sebelah kanan selalu hidup dan menyejukkan ruangan. Di dalamnya tersedia sebuah televisi 21 inchi yang terletak di sudut kiri atas. Dua baris kursi berjajar menghadap selatan, setiap baris terdiri dari 6 kursi. Banyaknya kursi dapat menampung banyak orang untuk duduk dan menunggu giliran untuk pengurusan administrasi.

Di sebelah kiri dan kanan kursi pengunjung terdapat dua buah pot besar tanaman yang berjajar dengan bannet yang mempromosikan tentang STBA (Sekolah Tinggi bahasa Asing) LIA Yogyakarta. Di belakang tempat duduk terdapat logo Pratama Mulia yang besar tergantung di dinding. Di baah logo tersebut tergantung sebingkai tulisan arab yang merupakan ayat kursi.



Keterangan:

a.lemari

b.Rak

c.Cabinet yang diatasnya ada bunga dan piala

d.e.f.g.Buku

h.Logo LIA

i.Lemari Besi

j.k.l.m.Komputer

n.o.p.Loket

q.Televisi

r.s.Reklame

t.Pot tanaman

u.Kursi

v.Ayat kursi

w.Logo Pratama Mulia

x.Tanaman

y.Bunga

### Pengamatan

13. 00 WIB

(1) Pengamat memasuki ruang front office. Pengamat memasuki ruang guru. Ruang itu terlihat begitu ramai. Semua kursi terisi penuh oleh pengunjung. Bahkan beberapa orang berdiri di loket dan berbicara dengan petugas.

**Komentar Pengamat:** Banyaknya pendaftar di front office menunjukkan bahwa LBPP LIA cukup diminati oleh orang-orang sebagai tempat untuk belajar Bahasa Inggris. Front office sebagai tempat pendaftaran sedang sibuk pada waktu itu.

13. 05 WIB

(2) Semua petugas sedang sibuk waktu itu. Sebagian petugas sedang menerangkan informasi pendaftaran, sebagian yang lain sedang mengetik sesuatu di komputer, yang lainnya sedang menulis sesuatu di kuitansi. Sepertinya sedang terjadi pembayaran pendaftaran,

**KP:** Semua petugas sedang sibuk waktu itu. Tidak ada yang diam bertopang dagu. Sepertinya semua petugas sudah memiliki job description yang bagus. Sehingga tidak ada yang saling melempar. Melihat kecekatan para petugas, dapat dipastikan bahwa kegiatan tersebut sudah sering terjadi. Apalagi pada waktu-waktu pendaftaran siswa baru.

13. 10 WIB

(3) Pengamat mendengar ada anak yang menanyakan informasi tentang pendaftaran pada petugas. Ia menanyakan tentang harga, waktu mulai kursus, program yang diikuti, placement test, dll. Petugas menerangkan satu demi satu dengan jelas dan sabar. Petugas terlihat sangat ramah dan baik. Anak tersebut terlihat mengangguk-anggukkan kepalanya. Lantas ia mengisi formulir.

**KP:** Pendaftar yang benar-benar berminat ikut kursus di LBPP LIA akan menanyakan informasi yang diinginkannya dengan antusias, yang kemudian akan langsung mendaftar. Petugas melayaninya dengan sangat baik. Ia menjawab pertanyaan dan menerangkan informasi dengan sabar dan jelas.

Salah satu metode pemasaran yang dipertahankan di LIA adalah good service.

### 13. 15 WIB

(4) Para pengunjung yang baru datang akan langsung menuju ke loket yang kosong. Kemudian menerangkan maksud kedatangannya. Setelah itu ia duduk di kursi pengunjung. Setelah menunggu beberapa lama, petugas memanggilnya untuk membantu urusannya.

**KP:** Semua kegiatan sudah terorganisir rapi di front office. Pelanggan dibantu kepentingannya satu demi satu tanpa kecuali. Tidak ada yang menunggu terlalu lama karena sudah dihandle oleh petugas. Pengunjung tidak merasa disepelekan karena dilayani dengan cekatan, baik dan ramah.

### 13. 20 WIB

(4) Para pendaftar terlihat mengambil leaflet LBPP LIA yang tersedia di loket. Informasi tersebut dibacanya sekilas. Kemudian leaflet tersebut dimasukkan ke dalam tas sambil lalu.

**KP:** Informasi yang diperoleh dari media cetak seperti leaflet sepertinya tidak begitu menarik perhatian. Karena leaflet hanya berisi tentang informasi seputar program yang dibuka. Tidak ada pengaruh emosional jika dibandingkan menyakan informasi dari petugas langsung maupun dari orang lain.

### 13. 25 WIB

(4) Ada seorang ibu paruh baya yang sedang berdiskusi tentang salah satu program pada petugasnya. Di samping ibu tersebut mengikuti seorang anak usia SMP. Ibu tersebut ingin mendaftarkan putrinya untuk ikut kursus. Namun quota program yang dimaksud sudah penuh. Sehingga sang putri tidak dapat mengikuti kursus pada periode tersebut. Namun pengamat menfengarkan bahwa ia dapat memesan tempat untuk periode selanjutnya.

**KP:** LBPP LIA memiliki siswa yang sangat banyak. Bahkan saking banyaknya, sampai menolak pendaftar baru jika quota kelas sudah penuh. Satu kelas biasanya terdiri dari 20 orang. Mungkin saja LBPP LIA hendak mempertahankan kualitas siswa dengan tidak melebihi jumlah siswa di luar quota. Namun tidak jarang juga pemesanan tempat kursus terjadi apabila ada siswa yang tidak kebagian tempat. Ini menunjukkan ksetiaan pelanggan.

## CATATAN LAPANGAN HASIL PENGAMATAN

Catatan Lapangan Nomor : 10

Waktu Pengamatan : Jumat, 1 Mei 2009  
Pukul 13.30 – 13.45 WIB

Tempat Pengamatan : Ruang Kelas Lembaga Bahasa dan Pendidikan  
Profesional (LBPP) LIA Surakarta.

Objek Pengamatan : Fasilitas Kelas

Pengamat : Fita Lita Rohwidhi

Catatan Lapangan Dibuat : 1 Mei 2009  
Pukul 20.30 WIB

## Situasi Latar

Ruang kelas kursus Bahasa Inggris LBPP LIA Surakarta terletak di lantai 2 dan 3 di gedung belakang. Ruang di lantai 1 digunakan oleh pratama Mulia sebagai tempat pelatihan kursus komputer. Kelas- kelas itu membujur dari barat ke timur kemudian berbelok membentuk huruf L ke arah utara. Ruang kelas LBPP LIA berjumlah 20 ruang, masing-masing 9 kelas di setiap lantai. Di lantai 2 berderet 9 ruang kelas yang dimulai dari ruang nomor 201 sampai 209. Di lantai 3 berderet 9 ruang kelas yang dimulai dari ruang nomor 301 sampai 309. Ditambah pula dengan 2 ruang children di sebelah utara kantor dalam.

Ruangannya berukuran 4x4 meter. Berlantaikan keramik putih yang selalu bersih. Di dalam setiap kelas sudah tersedia beberapa fasilitas yang mendukung kegiatan belajar dan mengajar Pendidikan Bahasa Inggris. Di bagian depan terdapat sebuah white board besar yang menempel pada dinding. Di samping kiri papan tulis ada sebuah meja guru dengan kursinya. Meja tersebut cukup besar kiranya dapat memuat sebuah televisi dan tape recorder. Di atasnya terpasang sebuah AC yang selalu dinyalakan. Di dekat AC terdapat pula sebuah kalender LBPP LIA.

Di depan white board berjajarlah 20 kursi yang diatur sedemikian rupa sehingga membentuk huruf U. berhadapan dengan papan tulis terdapat dua baris

kursi yang tiap baris ada 5 buah kursi. Di samping kanan dan kiri berderetlah 4 baris kursi yang masing-masing juga ada 5 buah kursi. Sehingga membentuk formasi huruf U.

Di samping pintu masuk ada sebuah tulisan slogan FIESTA yang diberi bingkai kaca. Itu merupakan slogan atau motto untuk pengajar LIA. Isinya adalah sebagai berikut:

A LIA teacher is fiesta teacher.

F : Fun and friendly

A LIA teacher helps his/her students' experience in learning in an enjoyable and exciting way.

I : Interacting

A LIA teacher promotes students activity collaborate participation.

E : Explorative

A LIA teacher values the importance of professional development for more effective teaching.

S : Systematic

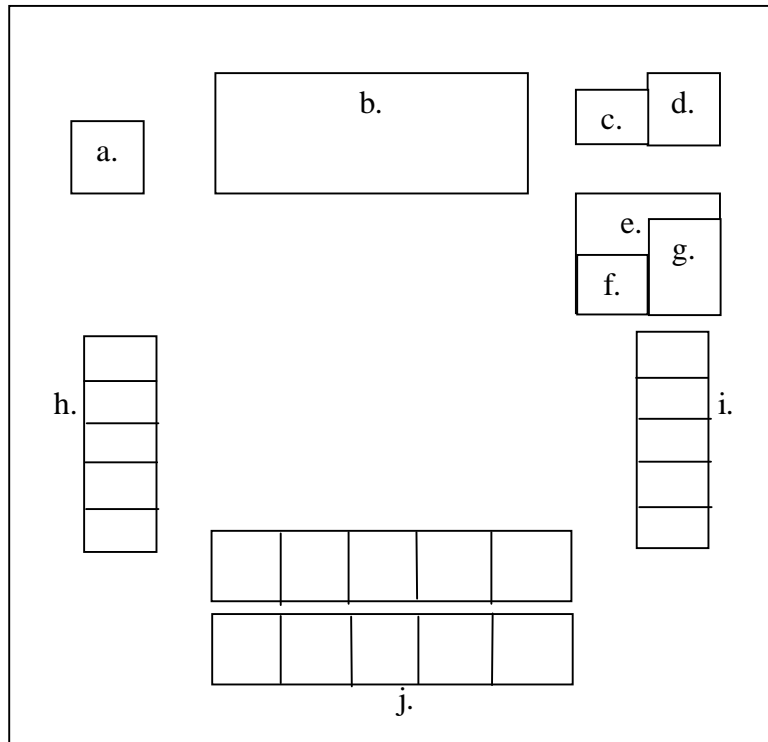
A LIA teacher presents well-structured lesson.

T : Technology Savvy

A LIA teacher keeps abreast with technology in the teaching of English.

A : Autonomous and independently

A LIA teacher develops his/her potential with or without guidance.



Keterangan:

- a. Slogan Guru FIESTA
- b. White board
- c. Kalender
- d. AC
- e. Meja guru
- f. Televisi
- g. Tape recorder
- h. Kursi
- i. Kursi
- j. Kursi



### Pengamatan

13. 30 WIB

(1) Pengamat berada di luar ruang kelas karena ruang kelas terkunci sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai. Fasilitas di beberapa kelas cukup lengkap. Terdiri dari white board, meja, kursi, TV, tape recorder, kalender, AC, dan slogan FIESTA. Namun ada separoh ruangan lain yang tidak tersedia TV.

**Komentar pengamat:** Fasilitas penunjang kegiatan pembelajaran sudah sangat lengkap. Guru dapat mengajarkan kemampuan language skill di ruang kelas tanpa memerlukan laboratorium lagi. Namun mengapa separuh kelas/9 kelas tidak terdapat televisi? Mungkinkah faktor biaya? Atau bisa juga tergantung jenis program yang dikhususkan pada pemanfaatan media televisi?

13. 35 WIB

(2) Di setiap kelas terdapat 20 kursi yang disusun membentuk formasi U. Dua baris di tengah yang terdiri dari 10 kursi dan masing-masing satu baris di samping kanan dan kiri yang terdiri dari 5 buah kursi.

**KP:** Posisi duduk seperti itu sangat bagus untuk siswa. Karena siswa tidak akan terhalang oleh temannya dalam memperhatikan guru maupun keterangan penjelesaian materi di white board. Selain itu, guru dapat mengamati semua murid-muridnya tanpa kecuali pada saat proses pembelajaran berlangsung. Tidak ada murid yang lalai tanpa diperhatikan guru.

13. 40 WIB

(3) Di gedung LIA tersedia sebuah perpustakaan dan antenna Indovision. Namun siswa tidak ada yang memasuki maupun menggunakan perpustakaan. Tidak ada siswa yang berinternet gratis juga di seputar LIA.

**KP:** Fasilitas perpustakaan dan hos pot sepertinya hanya diperuntukkan untuk guru saja. Karena hanya guru yang terlihat memanfaatkannya di kantor dalam. Alangkah lengkapnya LIA kalau para siswa juga memperoleh fasilitas demikian. Proses pembelajaran Bahasa Inggris diharapkan akan lebih baik lagi.

## 13. 45 WIB

(4) Ruang kelas untuk children lucu. Dinding bagian dalam ditemplei dengan hasil-hasil karya siswa dan kertas warna-warni. Meja dan kursinya berwarna-warni. Ada gambar hewan yang diwarnai lucu di dinding dengan tulisan tangan anak kecil berbahasa Inggris, ada karangan pendek berbahasa Inggris dari siswa yang hanya satu paragraf yang menceritakan tentang description kucing kesayangannya, puisi, dll.

**KP:** Kondisi ruang kelas untuk children disesuaikan dengan psikologi anak yang suka bermain sambil belajar. Dengan menempelkan kertas warna-warni di sekeliling dinding, diharapkan anak akan semangat belajar sambil bermain. Dengan menempelkan hasil pekerjaan siswa di dinding, diharapkan anak akan termotivasi dan berminat untuk belajar berbahasa Inggris dengan tekun.

## CATATAN LAPANGAN HASIL PENGAMATAN

Catatan Lapangan Nomor : 11

Waktu Pengamatan : Jumat, 1 Mei 2009  
Pukul 13.45 – 14.00 WIB

Tempat Pengamatan : Gedung LBPP LIA Surakarta

Objek Pengamatan : Situasi gedung kursus Bahasa Inggris LBPP LIA  
Surakarta.

Pengamat : Fita Lita Rohwidhi

Catatan Lapangan Dibuat : 1 Mei 2009  
Pukul 21.00 WIB

## Situasi Latar

Gedung Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional LIA Surakarta merupakan sebuah bangunan yang terletak di jalan Bhayangkari nomor 10 Surakarta. Gedung ini terletak di samping kiri SMA N 7 Surakarta. Selain itu di sekitar gedung LBPP LIA merupakan jalan utama Solo yaitu Jalan Slamet Riyadi, toko swalayan terkenal yaitu Makro dan hotel yang terkenal yaitu hotel Indah Palace. Oleh karena itu LBPP LIA dapat dikatakan memiliki lokasi yang strategis untuk dikenal khalayak umum dari pelajar sampai orang dewasa.

Karena lokasinya yang strategis, kendaraan umum banyak yang melewati gedung LBPP LIA Surakarta ini. Beberapa bus kota misalnya Nusa, Sumber, SCT, dll dapat dijumpai melintas di depan gedung ini. Siapa saja dapat mendatangi gedung LBPP LIA dengan mudah. Hampir semua jurusan transportasi umum dapat menjangkau daerah ini. Selain itu, terlihat pula banyak kendaraan pribadi yang juga melintas ramai di sekitar gedung ini.

Berdasarkan sejarahnya, Didirikan pada tanggal 7 September 1959, YAYASAN LIA berawal dari Lembaga Indonesia Amerika disingkat LIA dan kemudian berubah menjadi Perhimpunan Persahabatan Indonesia Amerika disingkat PPIA. LIA memulai kegiatannya dibidang pengajaran bahasa Inggris

dengan siswa pada saat itu berjumlah 40 dan sampai tahun 2006 telah berkembang menjadi kurang lebih 60.000 siswa. Misi PPIA adalah meningkatkan kerjasama dibidang kebudayaan antara Indonesia dan Amerika melalui kegiatan kursus bahasa Inggris, seminar, kesenian, kesusasteraan, konser, pemutaran film, pameran dan program-program kebudayaan lainnya.

Agar dapat lebih tekun menjalankan misinya dibidang pendidikan, pada tahun 1986 dibentuklah Yayasan yang diberi nama Yayasan LIA yang terpisah secara hukum dari PPIA. Sejak itu LIA menjadi sebuah nama institusi pendidikan dan bukan lagi suatu akronim atau singkatan. Yayasan LIA mengkhususkan diri di bidang pendidikan bahasa dan pelatihan profesi seperti komputer, accounting, dan perhotelan, sedangkan PPIA tetap pada misinya dibidang kebudayaan.

Yayasan LIA adalah Yayasan yang bergerak di bidang jasa pendidikan formal dan non-formal, terutama pendidikan bahasa selaku kegiatan intinya. Yayasan LIA tetap konsisten dalam mengemban amanat para pendirinya yang dituangkan dalam anggaran dasar yaitu "Mencerdaskan Kehidupan Bangsa" dengan motto "Sekelumit Karya Mencerdaskan Bangsa".

Agar dapat lebih tekun menjalankan misinya dibidang pendidikan, pada tahun 1986 dibentuklah Yayasan yang diberi nama YAYASAN LIA yang terpisah secara hukum dari PPIA. Sejak itu LIA menjadi sebuah nama institusi pendidikan dan bukan lagi suatu akronim atau singkatan. YAYASAN LIA mengkhususkan diri di bidang pendidikan bahasa dan pelatihan profesi seperti komputer, accounting, dan perhotelan, sedangkan PPIA tetap pada misinya dibidang kebudayaan. Seiring dengan perkembangannya, hingga tahun 2006 Yayasan LIA telah memiliki 5 unit kegiatan yakni: LBPP LIA (Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesi LIA), STBA LIA (Sekolah Tinggi Bahasa Asing LIA) Jakarta dan Yogyakarta, PP LIA (Pusat Penerbitan LIA), dan Dapen LIA (Dana Pensiun LIA).

Sekarang, gedung yang ditempati oleh LBPP LIA merupakan gabungan dengan lembaga Pratama Mulia. Gedung ini cukup besar. Memiliki dua halaman yang cukup besar pula yang digunakan sebagai tempat parkir. Halaman depan sekarang diperuntukkan untuk parkir mobil, sedangkan halaman belakang

diperuntukkan untuk parkir sepeda motor dan sepeda. Diantara keduanya ada sebuah tempat terpisah tersendiri sebagai tempat parkir staff LBPP LIA.

Gedung ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian depan dan bagian belakang. Di bagian depan dipergunakan sebagai kantor. Misalnya kantor depan atau front office, kantor guru, kantor secretary, kantor direktur, bagian keuangan, dan mushola. Sedangkan di bagian belakang merupakan gedung yang dipergunakan sebagai ruang kelas atau kegiatan belajar pembelajaran.

Gedung LBPP LIA menghadap ke arah barat. Di hadapannya persis merupakan halaman luas yang dipergunakan sebagai tempat parkir mobil. Setelah pintu gerbang utama, sekitar 30 meter akan langsung bertemu dengan lobi. Lobi ini memiliki dua deret kursi. Di sebelah utaranya ada pos satpam. Di samping lobi ini ada front office atau resepsionis yang berdinding kaca. Di bagian depan bergambarkan logo LIA di kaca dan INFORMASI PENDAFTARAN. Lobi ini memiliki dua buah papan pengumuman yang masing-masing berukuran 1,5 x 1 meter. Papan pengumuman ini berisi informasi seputar kegiatan LIA, misalnya program beasiswa, hasil dari placement test, STBA Yogyakarta, acara walk to talk di trans7, pamflet sekolah-sekolah swasta lain, lowongan kerja, dll.

Di samping lobi terdapat ruang front office. Ruang ini merupakan tempat pendaftaran siswa baru. Selain itu merupakan pusat data dan administrasi LBPP LIA. Terdiri dari tiga loket dan empat komputer. Ada 4 petugas yang mengurus kegiatan di front office, namun terkadang ada tambahan dua siswa magang dari SMK. Ruangan ini ber-AC, agar pengunjung merasa nyaman dan menunjukkan kesan profesional. Tersedia 12 kursi dalam dua baris untuk pengunjung. Tempat leaflet berjumlah dua kotak dapat diambil di depan loket. Dua reklame menunjukkan promosi dari STBA Yogyakarta yang terletak di dua sudut berbeda di samping dua pot besar tanaman. Sebuah televisi terletak di sudut kiri atas.

Di sebelah selatan ruang resepsionis terdapat ruang guru dan ruang Academic Operational Officer. Di dalam ruangan guru terdapat sebuah perpustakaan yang dapat dimanfaatkan guru untuk menambah referensi dalam mengajar. Beberapa meja besar yang berisikan beberapa tumpukan buku berjajar di dalamnya. Sebuah televisi 21 inchi menghiasi ruangan ini di samping sebuah

almari dan rak. Ruang guru ini berukuran kira-kira 8x4 meter, demikian juga ruang AOO.

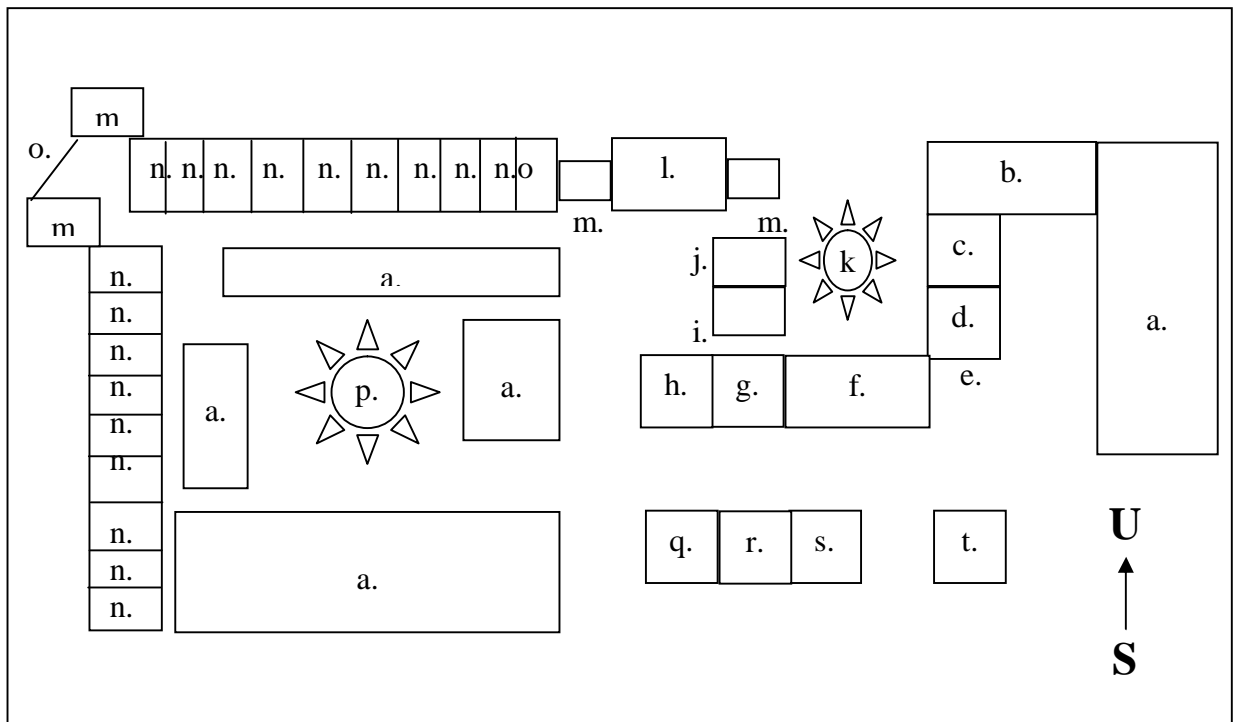
Di sebelah utara front office ada pintu geser yang memisahkan dengan bagian kantor dalam LBPP LIA. Lurus ke timur ada lorong pendek untuk menghubungkan dengan dari 3 ruang. Ruang pertama adalah kantor untuk staff LBPP LIA. Di sini, para staff seperti bagian humas, SDM, dll. Ruangan tersebut berukuran sama dengan ruang guru. Selanjutnya diteruskan dengan bagian keuangan. Di samping kanan bagian keuangan adalah ruang secretary dan ruang direktur LBPP LIA. Setiap ruangan memiliki AC sebagai penyejuk. Lorong tersebut memiliki sebuah taman kecil dan ayunan kecil di tengahnya. Terlihat asri dan menawan.

Mushola terletak di samping kanan ruang direktur dan secretary. Di samping kiri dan kanan telah tersedia kamar mandi dan tempat wudhu yang terpisah bagi pria dan wanita. Mukena tersedia banyak, bersih dan terlipat rapi. Tempat sholat untuk jamaah pria dan wanita dibatasi oleh sebuah papan yang agak tinggi.

Memasuki gedung bagian belakang, tampak gedung besar dan tinggi yang terdiri dari tiga lantai. Lantai pertama merupakan ruang komputer dari lembaga Pratama Mulia, lantai dua dan tiga merupakan ruang pendidikan bahasa Inggris LBPP LIA Surakarta. Kelas-kelas itu membujur dari barat ke timur kemudian berbelok membentuk huruf L ke arah utara. Ruang kelas LBPP LIA di gedung itu berjumlah 18 ruang, masing-masing 9 kelas di setiap lantai. Di lantai 2 berderet 9 ruang kelas yang dimulai dari ruang nomor 201 sampai 209. Di lantai 3 berderet 9 ruang kelas yang dimulai dari ruang nomor 301 sampai 309.

Di depan gedung tersebut ada halaman yang cukup luas. Di tengah halaman ada sebatang pohon beringin besar yang rindang. Di sekeliling pohon itu dibangun dinding pendek untuk tempat duduk siswa sebelum dan sudah masuk kelas. Di sekelilingnya merupakan tempat parkir sepeda motor yang cukup luas. Ruang parkir itu diatu dengan sedemikian rupa sehingga rapi. Ada garis dengan cat putih di lantai yang mengatur posisi sepeda motor.

Berikut adalah denah LBPP LIA Surakarta:



Keterangan:

- |                    |                                |                               |
|--------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| a. Tempat parkir   | j. Ruang Direktur              | r. Ruang Kelas untuk Children |
| b. Ruang guru      | k.Taman Pepohonan              | s.Ruang Kelas untuk Children  |
| c. Ruang AOO       | l.Mushola                      | t.Pos Satpam                  |
| d. Front office    | m.Kamar Mandi dan Tempat Wudhu |                               |
| e. Lobi            | n.Ruang Kelas                  |                               |
| f. Ruang Staff     | o.Tangga                       |                               |
| g. Bagian keuangan | p.Pohon Beringin Besar         |                               |
| h. Kantor          | q.Ruang Satpam                 |                               |
| i. Ruang Secretary |                                |                               |

## Pengamatan

13.45 WIB

(1) Pengamat berjalan untuk mengamati ruang-ruang di LBPP LIA Surakarta. Ruangan berjajar dengan rapi dan lengkap. Dari tempat parkir, lobi luar, front office, ruang guru, ruang staff, ruang secretary, ruang kelas, dll semua tersedia.

**KP:** Ruang-ruang di LBPP LIA sudah cukup bagus dan memadai untuk digunakan dalam kegiatan harian lembaga. Ruangan tersebut layak pakai dan lengkap. Ruangan yang tertata rapi menunjukkan keprofesionalan suatu lembaga.

13.50 WIB

(2) Pengamat mengamati daerah sekitar LBPP LIA. Ternyata gedung tersebut di kelilingi oleh tempat-tempat yang dikenal khalayak umum, misalnya SMA N 7 Surakarta,

Jalan Slamet Riyadi, Makro dan hotel Indah Palace.

**KP:** Lokasi gedung LBPP LIA Surakarta dapat dikatakan sangat strategis. Karena terdapat di dekat jalan utama Solo yaitu jalan Slamet Riyadi, toko swalayan terkenal yaitu makro, hotel ternama yaitu hotel indal palace dan SMK negeri favorit yaitu SMK N 7 Surakarta.

13.55 WIB

(3) Siswa yang hendak mengikuti kursus Bahasa Inggris harus naik ke lantai dua atau tiga. Karena di situlah ruang kelas mereka. Ada siswa yang terlambat datang, ia berlari-lari naik tangga sampai ke lantai tiga. Ia terlihat capek dan payah karena harus naik tangga setinggi itu.

**KP:** Bentuk bangunan yang bertingkat sepertinya menyulitkan siswa dalam hal membuat capek. Kenapa tidak dibuat lift saja untuk membuat siswa nyaman?

14.00 WIB

(4) Ada beberapa bapak-bapak yang sedang mengecat pagar di luar ruang kelas di lantai dua. Padahal di saat itu sedang ada beberapa anak yang juga sedang menunggu kelas dimulai.



**KP:** Renovasi gedung dalam bentuk apapun sepertinya dilakukan tanpa mengganggu proses kegiatan belajar mengajar. Jadi kelas tidak diliburkan sewaktu ada pembenahan. Mungkin tujuannya agar siswa tidak terhenti pelajarannya.

Ruang kelas kursus Bahasa Inggris LBPP LIA Surakarta terletak di lantai 2 dan 3 di gedung belakang. Ruang di lantai 1 digunakan oleh pratama Mulia sebagai tempat pelatihan kursus komputer. Kelas- kelas itu membujur dari barat ke timur kemudian berbelok membentuk huruf L ke arah utara. Ruang kelas LBPP LIA berjumlah 20 ruang, masing-masing 9 kelas di setiap lantai. Di lantai 2 berderet 9 ruang kelas yang dimulai dari ruang nomor 201 sampai 209. Di lantai 3 berderet 9 ruang kelas yang dimulai dari ruang nomor 301 sampai 309. Ditambah pula dengan 2 ruang children di sebelah utara kantor dalam.

ccxciv

Di depan white board berjajarlah 20 kursi yang diatur sedemikian rupa sehingga membentuk huruf U. berhadapan dengan papan tulis terdapat dua baris kursi yang tiap baris ada 5 buah kursi. Di samping kanan dan kiri berderetlah dua baris kursi yang masing-masing juga ada 5 buah kursi. Sehingga membentuk formasi huruf U.

Di samping pintu masuk ada sebuah tulisan slogan FIESTA yang diberi bingkai kaca. Itu merupakan slogan atau motto untuk pengajar LIA. Isinya adalah sebagai berikut:

A LIA teacher is fiesta teacher.

F : Fun and friendly

A LIA teacher helps his/her students' experience in learning in an enjoyable and exciting way.

I : Interacting

A LIA teacher promotes students activity collaborate participation.

E : Explorative

A LIA teacher values the importance of professional development for more effective teaching.

S : Systematic

A LIA teacher presents well-structured lesson.

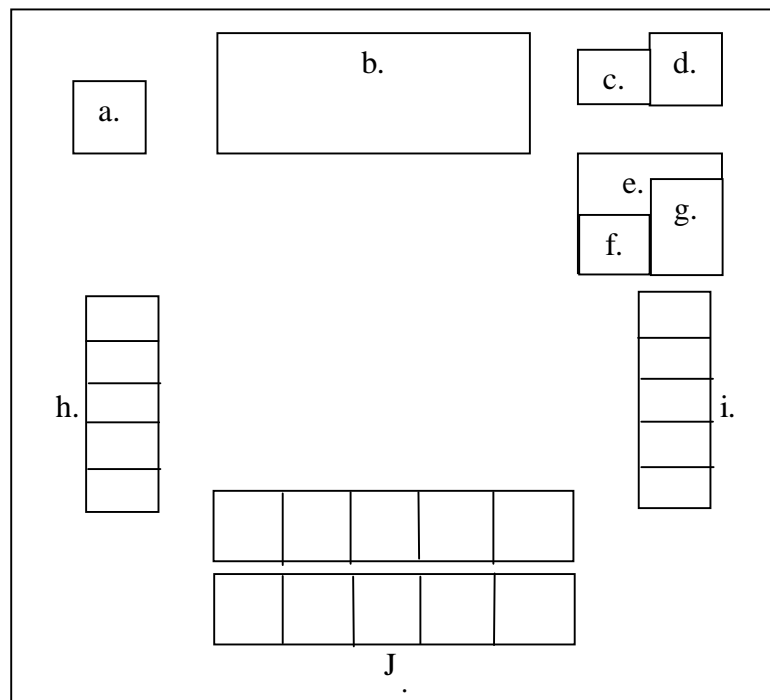
T : Technology Savvy

A LIA teacher keeps abreast with technology in the teaching of English.

A : Autonomous and independently

A LIA teacher develops his/her potential with or without guidance.

Berikut ini adalah denah ruang kelas LBPP LIA Surakarta;



Keterangan:

- |                       |                  |
|-----------------------|------------------|
| k. Slogan Guru FIESTA | j. Kursi         |
| l. White board        | i. Kursi         |
| m. Kalender           | h. Kursi         |
| n. AC                 | g. tape recorder |
| o. Meja guru          | f. Televisi      |

### Pengamatan

14. 00 WIB

(1) Pengamat berada di luar ruang kelas karena tidak diijinkan memasuki ruang. Ditakutkan akan mengganggu kelancaran pembelajaran di kelas. Pengamat berada di luar ruangan namun masih dapat mendengar penjelasan guru dan mengamati kegiatan pembelajaran dari kaca pintu kelas.

**Komentar pengamat:** Larangan dari LBPP LIA untuk tidak mengijinkan orang umum masuk memang dapat diterima, karena para siswa dapat terpcah perhatiannya ketika ada orang

asing yang masuk kelas. Jadi pengamat memutuskan untuk mengamati dari luar sesuai dengan izin AOO.

14. 05 WIB

(3) Ruang kelas terdengar berisik karena sedang ada games yang membahas tentang description. Para siswa menyampaikan idenya dengan berebutan namun menggunakan bahasa Inggris sebagai sarana komunikasi. Setelah itu dibentuklah kelompok-kelompok . mereka ternyata sedang bermain kuartet namun digabung dengan discussion. Jadi kelas conversation tersebut ramai dalam rangka praktek speaking.

**KP:** Metode games memang tepat digunakan untuk meningkatkan games. Para siswa dapat menyampaikan ide pada temannya dengan alami tanpa malu-malu. Mereka dapat berekspresi dengan bebas karena selain belajar mereka juga bermain. Ramainya kelas secara positif dapat diketahui bahwa kelas menjadi aktif oleh aktifitas siswa.

14. 10 WIB

(4) Siswa terlihat berkelompok-kelompok. Satu kelompok terdiri dari 3-4 orang. Masing-masing anak memegang kuartet. Guru ada di tengah kelas untuk memandu jalannya permainan. Siswa diharapkan menyampaikan idenya sehubungan dengan topik kartu yang diperolehnya.

**KP:** Murid-murid terlihat aktif dalam speaking. Mereka tampak senang dan termotivasi. Mereka juga mematuhi arahan gurunya dalam proses belajar mengajar. Guru terlihat senang, para murid juga bersemangat.

14. 15 WIB

(4) Kegiatan belajar mengajar terhenti. Ada kelas lain yang performing games di kelas tersebut. Mereka mempraktekkan kreatifitas ide mereka. Itu semacam games yang melibatkan speaking juga. Setelah usai yang lain memberi komentar pada hasil karya mereka.

**KP:** Ternyata ada kerja sama antara guru agar pada suatu waktu yang telah dijadwalkan diadakan semacam study tour ke kelas lain. Tujuannya selain untuk mendekatkan keakraban siswa, juga untuk meningkatkan kepedean erta kekreatifan dalam menyampaikan ide dengan menggunakan Bahasa Inggris.

## DOCUMENT ANALYSIS

19. Document Analysis of Pamphlet Walk the Talk .....	188
20. Document Analysis of Leaflet LBPP LIA Surakarta .....	190
21. Document Analysis of Scholarships .....	193
22. Document Analysis of Students' Total Number .....	195

## CATATAN LAPANGAN HASIL ANALISIS DOKUMEN

Catatan lapangan nomor	: 13
Waktu analisis	: Jum'at, 8 Mei 2009
Jenis dokumen	: Pamflet Walk the Talk (Acara TV)
Penganalisis	: Fita Lita Rohwidhi
Hal yang dianalisis	: Informasi program televisi

### Analisis Peneliti

Pamphlet tersebut berisi informasi tentang acara LBPP LIA yang ditayangkan di Televisi melalui channel Trans 7. Judul programnya adalah *WALK THE TALK*. Di adakah oleh LBPP LIA Pusat (Jakarta) yang melibatkan seluruh cabang LBPP LIA di seluruh Indonesia dalam hal pengambilan gambar/ shooting. Dibawakan oleh Jason, seorang bule. Acara tersebut disiarkan setiap hari Minggu dimulai pukul 10.00 WIB sampai pukul 10.30 WIB. Bertemakan tingkatan kemampuan berbahasa inggrismu bersama Jason.

Acara tersebut cukup dapat dikatakan sangat menarik karena beberapa hal. Inti acara tersebut adalah berkomunikasi aktif dengan menggunakan Bahasa Inggris. Pembawa acara yang seorang bule tersebut akan mengajak orang-orang terkenal di Indonesia untuk bercakap-cakap dengan bahasa Inggris. Kesannya spontan, menantang dan menarik. Beberapa diantaranya adalah para artis-artis pada film terkenal, artis yang menduduki jabatan politik tertentu, penyanyi dll. Tak cuma itu, ada juga yang diajak bicara bahasa Inggris secara spontan oleh pembawa acara, misalnya penjual, pembeli, anak-anak, remaja, ibu-ibu, bapak-bapak yang ada di tempat tertentu.

Banyak hadiah yang disediakan untuk mereka yang dapat berkomunikasi aktif dengan bahasa Inggris dengan percaya diri. Bagi pemirsa di rumah juga dapat memperoleh banyak sekali hadiah jika mereka bergabung dengan menjawab pertanyaan pada kuis acara di awal, tengah dan akhir dari acara.

### **Komentar Pengamat**

Komentar pengamat (KP): (1) acara tersebut merupakan salah satu media elektronik yang dipergunakan oleh LBPP LIA untuk marketing, (2) acara tersebut sangat menarik karena adanya bule sebagai pembawa acara, inti acara yang menantang, dan banyaknya hadiah yang disediakan, (3) acara tersebut memotivasi pemirsa untuk berkomunikasi dengan bahasa Inggris dengan aktif, karena kemampuan bverbahasa dapat diperoleh dengan keberanian, kebiasaan dan ketekunan.



## **CATATAN LAPANGAN HASIL ANALISIS DOKUMEN**

Catatan lapangan nomor	: 14
Waktu analisis	: Jum'at, 8 Mei 2009
Jenis dokumen	: Leaflet LBPP LIA Surakarta
Penganalisis	: Fita Lita Rohwidhi
Hal yang dianalisis	: Produk LBPP LIA Surakarta

### **Analisis Peneliti**

Leaflet LBPP LIA Surakarta merupakan salah satu media dalam marketing yang berfungsi untuk memperkenalkan produk-produk LBPP LIA Surakarta kepada masyarakat. Dengan leaflet tersebut diharapkan orang-orang dapat mengetahui program apa saja, harganya, fasilitas, biaya, tempat, dll. Leaflet dapat diperoleh di front office LBPP LIA Surakarta. Tidak ada distribusi ke luar untuk leaflet tersebut. Namun setiap orang diijinkan untuk mengambilnya dalam jumlah yang tidak terbatas.

Di dalam leaflet tercantum program yang dibuka, meliputi alamat LBPP LIA Surakarta berikut denah lengkap dan nomor telepon. Program yang dibuka terdiri dari English for children, English for teens, English for adult (elementary, intermediate, high intermediate), conversation dan TOEFL preparation class. English for children Untuk siswa-siswi Sekolah Dasar. Membantu meningkatkan kemampuan dalam menggunakan Bahasa Inggris. Sistem akademik dirancang menarik, menyenangkan serta memotivasi anak untuk terus belajar dengan giat.

English for teens Program General English untuk siswa SLTP yang ingin meningkatkan kemampuan dan percaya diri dalam berkomunikasi di tingkat awal. English for adult terdiri dari tiga program yaitu elementary, intermediate dan high intermediate. Elementary Program untuk pemula. Materi pelajaran ditujukan untuk memperkenalkan berbagai komponen bahasa dan melatih berbagai keterampilan berbahasa Inggris seperti menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Peserta diharapkan mampu menggunakan komponen-komponen dan

keterampilan tersebut dalam situasi yang masih terbatas pada situasi yang diajarkan di kelas.

Intermediate untuk peserta yang telah memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar berbahasa Inggris. Materi pelajaran ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Peserta diharapkan mampu menggunakan komponen-komponen dan keterampilan tersebut secara lebih luas dalam kehidupan sehari-hari. High intermediate untuk peserta yang telah menguasai bahasa Inggris sampai dengan tingkat terampil. Materi pelajaran ditujukan untuk meningkatkan keterampilan peserta menjadi mahir dalam penggunaan bahasa Inggris untuk berkomunikasi dalam segala situasi.

Conversation in English Untuk umum (mahasiswa, karyawan, pebisnis, pencari kerja, dsb). Memberikan kesempatan berlatih seluas-luasnya dan membekali peserta dengan kiat-kiat dan teknik yang diperlukan untuk ikut aktif dalam percakapan sehari-hari. TOEFL Preparation class Program khusus yang dirancang untuk meningkatkan score TEFL. Kombinasi program akademik terdiri atas listening, reading, writing, speaking, and structure.

Biayanya juga bervariasi untuk setiap programnya. Yang paling murah Rp 330.000,00 dan yang tertinggi mencapai Rp. 750.000,00. English for children dengan biaya Rp. 500.000,00 untuk kelas 1A-3B dan Rp. 600.000,00 untuk kelas 4A-6B, English for teen dengan biaya Rp 330.000,00, English for Adult untuk Elementary Rp 330.000,00; Intermediate Rp 380.000,00 dan High Intermediate Rp 450.000,00, selanjutnya conversation dengan biaya Rp 525.000,00 dan TOEFL dengan biaya Rp 750.000,00. Biaya tersebut belum termasuk potongan harga/diskon dan potongan beasiswa. Fasilitas yang tersedia di LBPP LIA Surakarta meliputi mushola, aula, kantin, ruang tunggu, tempat parkir, telepon umum, transportasi umum, jalan utama, pusat kota, Air Conditioner untuk setiap ruangan, tenaga pengajar yang berkualitas, dll.

Siswa yang mendaftar diharapkan untuk memenuhi persyaratan berupa biaya pendaftaran, pas foto, dan foto copy identitas diri. Siswa datang ketika ujian penempatan kelas dengan membawa kartu test, kartu identitas asli, pensil 2B, dan karet penghapus. Ujian dilaksanakan selama 60 menit dengan waktu sesuai

program yang dipilih. Hasil ujian adalah mutlak keputusan Lembaga dan tidak dapat diganggu gugat oleh peserta ujian. Siswa yang masih terdaftar sebagai siswa di LBPP LIA juga tidak diperkenankan mengikuti test penempatan yang sama dengan program yang sama. Hasil ujian penempatan akan diumumkan pada waktu yang ditentukan. Pada saat itu, siswa yang diterima diharapkan melakukan daftar ulang dengan membayar biaya kursus dan memilih jadwal untuk program yang diikutinya. Pilihan waktunya adalah hari Senin & Rabu, Selasa & Kamis dan Jumat & Sabtu. Ada tiga jam yang berbeda yang dapat dipilih, yaitu 14.15, 16.15 dan 18.30.

Manfaat belajar di LBPP LIA sangat bervariasi. Diantaranya meningkatkan rasa percaya diri siswa, menggunakan bahan ajar sesuai situasi nyata kehidupan sehari-hari sehingga akan dirasakan langsung kegunaannya, meningkatkan kegiatan berpikir karena ada beberapa kegiatan yang bersifat pemecahan masalah. Metode yang digunakan antara lain games, kerja kelompok (cooperative learning), simulasi, dll. Kegiatan belajar mengajar disesuaikan dengan penggunaan bahasa Inggris di Indonesia sebagai bahasa Asing. Kegiatan belajar mengajar juga disesuaikan dengan tingkat kemampuan siswa agar pemakaian materi tepat guna.

### **Komentar Pengamat**

Komentar Pengamat (KP): (1) Leaflet dibuat dengan jelas dan detail sehingga memudahkan dalam pemberian informasi bagi customers, (2) distribusi leaflet tidak luas karena hanya terbatas di gedung LBPP LIA saja dan tidak diedarkan keluar kecuali pada beberapa siswa secara tidak langsung pada teman-temannya, (3) Leaflet tersebut diperbaharui pada setiap term/periode dalam hal jadwal placement test.

## **CATATAN LAPANGAN HASIL ANALISIS DOKUMEN**

Catatan lapangan nomor : 15  
 Waktu analisis : Jum'at, 8 Mei 2009  
 Jenis dokumen : Data penerima Beasiswa  
 Penganalisis : Fita Lita Rohwidhi  
 Hal yang dianalisis : Peraturan Beasiswa

### **Analisis Pengamat**

Beasiswa diberikan kepada siswa LBPP LIA yang memperoleh skor/nilai tertinggi di kelasnya atau mendapat nilai 5 untuk nilai akhirnya. Siswa tersebut bisa melanjutkan ke level selanjutnya dengan free course ataupun tanpa biaya. Kurang-lebih 30 siswa bisa memperoleh beasiswa.

Beasiswa tersebut diadakan untuk meningkatkan semangat siswa dalam belajar. Sehingga kemampuannya dapat meningkat seiring dengan semangat kompetitifnya. Penerimaannya adalah siswa yang memiliki final score tertinggi di kelasnya atau minimal score 4,00 dan kehadiran minimal 74% di kelasnya. Seandainya ada beberapa siswa yang memiliki nilai tertinggi yang sama, akan ditentukan berdasarkan written test score dan daily score. Beasiswa juga diberikan pada siswa yang meneruskan di program yang sama. Beasiswa juga diberikan pada siswa yang melanjutkan dari program EC-6 ke program ET, ET-12 ke EA. Beasiswa tersebut berupa bebas beasiswa mengikuti kursus satu level di atasnya dan tidak termasuk materi pelajaran.

Beasiswa tersebut tidak akan berlaku apabila siswa yang bersangkutan menunda kursusnya/ postpone. Beasiswa tersebut juga tidak dapat diuangkan, dialihkan atau dihibahkan ke pihak lain. Bagi siswa EC ke ET selisih antara beasiswa dengan biaya kursus tidak dapat diuangkan, sedangkan bagi siswa ET ke EA harus menambah selisih biaya kursus dan buku materi. Para penerima beasiswa yang sudah membayar atau daftar ulang dapat mengambil uangnya kembali, dipoting biaya materi pelajaran (modul atau kaset) dengan

mengembalikan atau menukarkan kuitansi aslinya pada pembayaran term tersebut. informasi yang lebih lanjut dapat ditanyakan siswa kepada bagian administrasi atau pelayanan LBPP LIA Surakarta.

### **Komentar Pengamat**

Komentar pengamat (KP): (1) Beasiswa tersebut dapat memotivasi semangat siswa untuk belajar dan meningkatkan nilai-nilainya, (2) beasiswa tersebut sebenarnya ditujukan pada siswa yang pandai namun tidak memiliki kemampuan keuangan yang cukup, kalau tepat sasaran dapat membantu siswa, (3) beasiswa tersebut sangat menarik bagi siswa.

## **CATATAN LAPANGAN HASIL ANALISIS DOKUMEN JUMLAH SISWA**

Catatan Lapangan Nomor : 16  
 Waktu Analisis : Sabtu, 9 Mei 2009  
 Topik Analisis : Jumlah siswa di LBPP LIA Surakarta  
 Penganalisis : Fita Lita Rohwidhi  
 Hal yang dianalisis : Jumlah siswa di LBPP LIA pada 3 tahun terakhir  
 (tahun 2007, 2008 dan 2009).

### **ANALISIS**

Pada tahun 2007, jumlah siswa pada periode 1 yaitu 1547 orang, periode 2 yaitu 1464, periode 3 yaitu 1554, dan pada periode 4 yaitu 1763. Jadi pada tahun 2007 ada peningkatan 17% untuk jumlah siswa. Pada tahun 2008, jumlah siswa pada periode 1 yaitu 1613, pada periode 2 yaitu 1725, periode 3 yaitu 1525, dan pada periode 4 yaitu 1745. Jadi pada tahun 2008 ada peningkatan 7,6% untuk jumlah siswa. Pada tahun 2009 baru ada 1 periode. Periode 1 yaitu 1747. Dokumen jumlah siswa yang dianalisis mencantumkan jenis program beserta jumlah siswanya, data jumlah siswa pada awal dan akhir periode, pengurangan dan penambahan murid, serta prosentasenya. Terdapat pula data jumlah kelas yang dibuka pada awal dan akhir periode, pengurangan dan penambahan kelas, serta prosentasenya. Selanjutnya tercantum pula rekapitulasi siswa triwulan dan tahunnya.

Jumlah ini sudah mencapai target dari marketing. Peningkatan jumlah siswa selama beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa LIA memang banyak diminati oleh orang banyak. Hal ini dipengaruhi pula oleh marketing yang gencar pada masa lalu.

### **Komentar pengamat:**

Komentar pengamat (KP): Peningkatan jumlah siswa pada beberapa periode dan tahun-tahun terakhir menunjukkan bahwa peminat kursus Bahasa Inggris LIA juga meningkat. Peningkatan tersebut sudah mencapai target LIA sendiri.

## LETTER OF PERMISSION

23. Approval of Thesis Proposal .....	228
24. Letter of Permission to LBPP LIA Surakarta .....	229
25. Letter of Permission to the Dean of Faculty .....	230
26. The Dean Permission to Arrange the Thesis .....	231
27. Letter of Permission to the Head of University .....	232

**PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI****Judul Skripsi:**

**A Study of Marketing Management in Relation to Students’  
Interest to Join Lembaga Bahasa dan Pendidikan Profesional  
LIA Surakarta**

Oleh:

**Fita Lita Rohwidhi.****K 2205009**

Disetujui oleh,

Pembimbing I	Pembimbing II
<u>Dra. Dewi Rochsantiningsih, M.Ed, Ph.D.</u> NIP. 131658558	<u>Prof. Dr. Joko Nurkamto, M.Pd.</u> NIP. 131658565



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
Jl. Ir. Sutami no. 36A Ketingan Telp. 646624 Psw 312, 322  
S U R A K A R T A**

---

Nomor : /J27.1.2/PL/  
Lampiran : 1 berkas Proposal  
Hal : Permohonan Ijin Research

Kepada : **Yth. Kepala LEMBAGA BAHASA DAN PENDIDIKAN  
PROFESIONAL (LBPP) LIA SURAKARTA  
Di Surakarta**

Dengan hormat,

Kami beritahukan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama/NIM : **FITA LITA ROHWIDHI/K 2205009**  
Tempat, Tgl. Lahir : **KARANGANYAR, 20 SEPTEMBER 1986**  
Program/Jurusan : **PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS/ PBS**  
Tingkat/Semester : **IV/ VII (Tujuh)**  
Alamat : **JUNGKE RT 02 RW II KARANGANYAR SURAKARTA  
57713 JAWA TENGAH**

Telah kami ijin untuk menyusun Skripsi/Makalah guna melengkapi tugas-tugas studi tingkat Sarjana, dengan judul : **"A STUDY OF MARKETING MANAGEMENT IN RELATION TO STUDENTS' INTEREST TO JOIN LEMBAGA BAHASA DAN PENDIDIKAN PROFESIONAL LIA SURAKARTA"**

Sehubungan dengan hal tersebut kami mengharap kiranya Saudara berkenan mengizinkan mahasiswa kami mengadakan Research pada sekolah/instansi yang berada di bawah pimpinan Saudara.

Atas perkenan dan perhatian Saudara kami ucapkan terima kasih.

Surakarta, 4 September 2008

a.n. Dekan

Pembantu Dekan III

Drs. Amir Fuady M.Hum

NIP. 130 890 437



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
 Jl. Ir. Sutami no. 36A, Kotak Pos 56 Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 648939 - 669124

Lampiran : 1 ( satu ) Proposal Surakarta, 4 September 2008  
 Hal : **Permohonan Ijin Menyusun Skripsi**

Kepada : **Yth. Dekan**

**c.q. Pembantu Dekan I**  
**FKIP - Universitas Sebelas Maret**  
**di Surakarta**

Dengan hormat,  
 Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama/NIM : **FITA LITA ROHWIDHI / K 2205009**  
 Tempat, Tgl. Lahir : **KARANGANYAR, 20 SEPTEMBER 1986**  
 Program/Jurusan : **PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS/ PBS**  
 Tingkat/Semester : **IV/ VII (Tujuh)**

Alamat : **JUNGKE RT 02 RW II KARANGANYAR SURAKARTA**  
**57713 JAWA TENGAH**

dengan ini kami mengajukan permohonan kepada Dekan FKIP-Universitas Sebelas Maret, untuk menyusun Skripsi/Makalah dengan judul:

**"A STUDY OF MARKETING MANAGEMENT IN RELATION TO STUDENTS' INTEREST TO JOIN LEMBAGA BAHASA DAN PENDIDIKAN PROFESIONAL LIA SURAKARTA".**Kami lampirkan pula kerangka minimal Skripsi/Makalah.

Adapun konsultan/pembimbing kami mohonkan :

1. Dra. Dewi Rochsantiningsih, M. Ed, Ph. D. (Pembimbing Pertama)
  2. Prof. Dr. Joko Nurkamto, M. Pd. (Pembimbing Kedua/ Teknik)
- Atas terkabulnya permohonan ini kami ucapkan terima kasih.

Persetujuan konsultan,

Hormat Kami,

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

Fita Lita Rohwidhi.  
 NIM K2205009

MENGETAHUI,

<p>Ketua Program Pendidikan Bahasa Inggris</p> <p><u>Drs. Martono, M.A.</u> NIP. 131 792 933</p>	<p>Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni</p> <p><u>Drs. Suparno, M.Pd.</u> NIP 131 569 558</p>
--	---



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. Ir. Sutami no. 36A, Kotak Pos 56 Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 648939 - 669124

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU  
PENDIDIKAN**

**Nomor : /H27.1.2/PP/2008**

**T E N T A N G  
IJIN MENYUSUN SKRIPSI/MAKALAH**

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret setelah menimbang pedoman menyusun Skripsi/Makalah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, Nomor : 02/PT40.FKIP/C/1991 Tanggal 25 Februari 1991.

Dengan persetujuan konsultan/pembimbing tanggal, 4 September 2008

**M E M U T U S K A N**

Menetapkan kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama/NIM : **FITA LITA ROHWIDHI / K 2205009**  
 Tempat, Tgl. Lahir : **KARANGANYAR, 20 SEPTEMBER 1986**  
 Program/Jurusan : **PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS/ PBS**  
 Tingkat/Semester : **IV/ VII (Tujuh)**  
 Alamat : **JUNGKE RT 02 RW II KARANGANYAR SURAKARTA  
57713JAWA TENGAH**

Dijinkan memulai menyusun Skripsi/Makalah dengan judul yang telah dirumuskan sebagai berikut : **"A STUDY OF MARKETING MANAGEMENT IN RELATION TO STUDENTS' INTEREST TO JOIN LEMBAGA BAHASA DAN PENDIDIKAN PROFESIONAL LIA SURAKARTA".**

Dengan konsultan/pembimbing :

1. Dra. Dewi Rochsantiningsih, M. Ed, Ph. D. (Pembimbing Pertama)
2. Prof. Dr. Joko Nurkamto, M. Pd. (Pembimbing Kedua/ Teknik)

Surat keputusan ini mulai berlaku sejak ditetapkan dan akan ditinjau kembali jika dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Surakarta

Pada tanggal : 4 September 2008

a.n. Dekan

Pembantu Dekan I

Tim Skripsi

Drs. Yant Mujiyanto, M. Pd.

NIP. 131 427 644

Dr. rer. nat. Sajidan, M.Si.

NIP. 131 947 768

Tembusan : Yth. Bpk/Ibu Pembimbing mohon dilaksanakan sebagaimana mestinya.



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. Ir. Sutami no. 36A, Kotak Pos 56 Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 648939 - 669124

Nomor : /H27.1.2/PP/2008  
Lampiran : 1 berkas Proposal  
Hal : **Permohonan Ijin Research**  
Kepada : **Yth. Rektor**  
**Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Dengan hormat,

Untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan ini kami melaporkan bahwa Mahasiswa

FKIP-UNS tersebut di bawah ini akan mengadakan penelitian :

Nama/NIM : **FITA LITA ROHWIDHI / K 2205009**  
Tempat, Tgl. Lahir : **KARANGANYAR, 20 SEPTEMBER 1986**  
Program/Jurusan : **PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS / PBS**  
Tingkat/Semester : **IV / VII (Tujuh)**

Alamat : **JUNGKE RT 02 RW II KARANGANYAR SURAKARTA  
57713 JAWA TENGAH**

Akan mengadakan research di LEMBAGA BAHASA DAN PENDIDIKAN PROFESIONAL (LBPP) LIA SURAKARTA dengan judul skripsi/ penelitian/ obyek : **"A STUDY OF MARKETING MANAGEMENT IN RELATION TO STUDENTS' INTEREST TO JOIN LEMBAGA BAHASA DAN PENDIDIKAN PROFESIONAL LIA SURAKARTA"**.

Mohon mendapatkan proses penyelesaian ijin ke Gubernur/C.Q. BAPPEDA Jawa Tengah di Semarang dan kami lampirkan foto copy kerangka penelitian.

Demikian harap menjadikan maklum dan terima kasih.

Surakarta, 4 September 2008

a.n. Dekan

Pembantu Dekan III

Drs. Amir Fuady, M.Hum.

NIP. 130 890 437

